



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

TRABAJO DE GRADO

TEMA:

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA AL MANTENIMIENTO Y LIMPIEZA PARA LAS ENTIDADES PÚBLICAS Y/O PRIVADAS EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIEROS EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA C.P.A.

AUTOR (ES):

MORALES LUCAS NELLY VERÓNICA

PUEDMAG NARVÁEZ MANUEL MARCELO

DIRECTOR: DR. CPA. EDUARDO LARA V. Msc.

Ibarra, Noviembre 2014

RESUMEN EJECUTIVO

La decadencia económica del país, acentuada en Ibarra, ausencia de inversión privada para generar empleo, el subempleo desaparece, la generación de empleo por el gobierno solamente masifica la burocracia la cual genera gasto y consumo. La crisis obliga a todos los ecuatorianos, a emprender la búsqueda de alternativas que generen trabajo, el gobierno y la empresa privada debe comprometer su accionar para incentivar, motivar, promover, diversificar la industria bajo condiciones reales y responsables. Esta problemática nos invita a estudiantes, y profesionales a desarrollar alternativas y estrategias encaminadas a mejorar las condiciones de vida de la población. El tiempo actual exige la creación de nuevos y novedosos procesos de trabajo acorde al contexto político, socioeconómico y cultural de la población, sustentando elementos científicos, teóricos, prácticos que les permita sustentar y demostrar en el campo sus aptitudes y actitudes, habilidades, destrezas, y competencias encaminadas a buscar la eficacia y la eficiencia en la labor que se propongan. Bajo estos principios se ha diseñado una pequeña empresa de prestación de servicios de limpieza, mantenimiento, plomería, electricidad, jardinería, pintura u obra civil de las empresas públicas o privadas de la ciudad de Ibarra, con el fin de generar en el sistema socioeconómico productivo la diversificación del empleo. La propuesta se encuentra estructurada desde los parámetros empresariales que exige la conformación de una empresa, factible de ejecutar y poner en práctica, el aspecto gerencial de procesos y del talento humano. Esta propuesta contemplada desde los fundamentos teóricos de la investigación científica, la introducción que le permite al lector una visión general de la problemática que nos motiva a realizar esta investigación encuadrada dentro del proceso de investigación de tipo factible ya que se pretende aportar a la solución de un problema de la realidad cantonal. El trabajo está sujeto a una investigación de campo de carácter descriptiva apoyada por una investigación documental y bibliográfica que determina la validez y factibilidad de la propuesta planteada y se deduce la factibilidad de conformar una pequeña empresa de prestación de servicios como respuesta al diagnóstico establecido en el proyecto.

SUMMARY

The country's economic declining, marked on Ibarra, lack of private investment to generate employment, the underemployment disappears, and the generation of the government employment only standardizes the bureaucracy, which generates expenditure and consumption. This crisis is forcing all Ecuadorians to look for new alternatives that generate employment; government and private enterprise must compromise their power to activate, motivate, promote, and diversify industry, under real and responsible conditions. This problem invites students and professionals to develop alternatives and strategies to improve the population living conditions. Nowadays it requires creating new and innovative work processes according to the political, socioeconomic and cultural population, supporting scientific, theoretical, practical support to enable them to demonstrate in the field and their skills and attitudes, skills, and skills aimed at seeking the effectiveness and efficiency in the work proposed. Under these principles we have designed a small business providing home cleaning services, maintenance, plumbing, electrical, gardening, home painters and the civil works of the city of Ibarra, in order to generate socio-economic system of productive diversification employment. The proposal is structured from the business parameters that require the establishment of a company, feasible to execute and implement the processes and management aspect of human talent. This proposal is seen from the theoretical foundations of scientific research, the introduction that allows the reader an overview of the problem motivates us to conduct this research framed within the research process such practical as it is intended to contribute to the solution a problem of our cantonal reality. The work is subject to an investigation of a descriptive field supported by documentary research and literature that determines the validity and feasibility of the proposal put forward and deducted the feasibility of forming a small company service delivery in response to the diagnosis established by project.

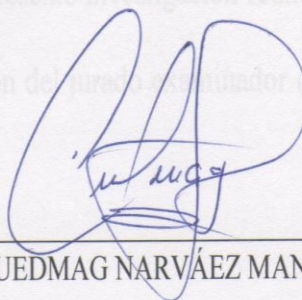
AUTORÍA

Nosotros, Nelly Verónica Morales Lucas, con cédula de identidad N° 1002608774 y Manuel Marcelo Puedmag, con cédula de identidad N° 1002422515 y; declaramos bajo juramento que el proyecto desarrollado es de nuestra autoría, que no ha sido previamente presentado para ningún grado ni calificado profesional y que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.



NELLY VERÓNICA MORALES LUCAS

1002608774

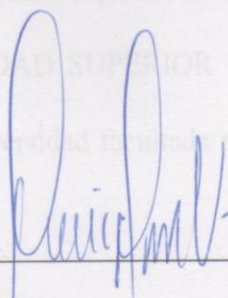


PUEDMAG NARVÁEZ MANUEL MARCELO

100242251-5

CERTIFICACIÓN DEL ASESOR

En mi calidad de Director del informe final de trabajo de grado titulado: “Estudio de factibilidad para la creación de una empresa dedicada al mantenimiento y limpieza para las entidades públicas y/o privadas en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura”, de autoría de la señora NELLY VERÓNICA MORALES LUCAS y del señor MANUEL MARCELO PUEDMAG NARVÁEZ, egresados de la Escuela de Contabilidad Superior y Auditoría; el trabajo es auténtico y original, cumple con los objetivos y cronogramas que constan en el proyecto, metodologías y normas planteadas por la Universidad Técnica del Norte, por lo que se autoriza su presentación considerando que la presente investigación reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometidos a evaluación del jurado examinador que el Honorable Consejo Directivo de la Facultad designe.



Dr. Eduardo Lara MSC.

DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DE TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Nosotros, NELLY VERÓNICA MORALES LUCAS, con cédula de identidad N°1002608774 y PUEDMAG NARVÁEZ MANUEL MARCELO, con cédula N°1002422515; manifestamos mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador 4,5,6, en calidad de Autora del Trabajo de Grado denominado “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA AL MANTENIMIENTO Y LIMPIEZA PARA LAS ENTIDADES PÚBLICAS Y/O PRIVADAS EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”, que ha sido desarrollado para optar por el título de INGENIERÍA EN CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORIA, en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En nuestra condición de autores nos reservamos los derechos morales de la obra antes citada.

En concordancia suscribimos este documento en el momento que hacemos entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

NELLY VERÓNICA MORALES LUCAS
1002608774

PUEDMAG NARVÁEZ MANUEL MARCELO
100242251-5

Ibarra, a los 7 días del mes de Noviembre del 2014

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE****FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS****BIBLIOTECA UNIVERSITARIA****AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICIDAD A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD
TÉCNICA DEL NORTE****1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA**

La Universidad Técnica del Norte dentro del Proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento dejo sentado mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:		1002608774	
APELLIDOS Y NOMBRES:		Morales Lucas Nelly Verónica	
DIRECCIÓN:		Tobias Mena 17-15 y Miguel Alban	
EMAIL:		verito83ec@hotmail.com	
TELÉFONO FIJO:	062585490	TELÉFONO MÓVIL:	0993320841
DATOS DE LA OBRA			
TÍTULO:		“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA AL MANTENIMIENTO Y LIMPIEZA PARA LAS ENTIDADES PÚBLICAS Y/O PRIVADAS EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”	

AUTOR :	Morales Lucas Nelly Verónica
FECHA: AAAAMMDD	7/11/2014
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	PREGRADO POSGRADO
TITULO POR EL QUE OPTA:	INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA.
ASESOR /DIRECTOR:	Dr. Eduardo Lara

DATOS DE CONTACTO	
CÉDULA DE IDENTIDAD:	1002422515
APELLIDOS Y NOMBRES:	Puedmag Narváez Manuel Marcelo
DIRECCIÓN:	Barrio Yacucalle
EMAIL:	marcello_665@hotmail.com
TELÉFONO FIJO:062908237	TELÉFONO MÓVIL:0988709650
DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA AL MANTENIMIENTO Y LIMPIEZA PARA LAS ENTIDADES PÚBLICAS Y/O PRIVADAS EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”
AUTOR :	Puedmag Narváez Manuel Marcelo
FECHA: AAAAMMDD	7/11/2014
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	PREGRADO POSGRADO
TITULO POR EL QUE OPTA:	INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA.
ASESOR /DIRECTOR:	Dr. Eduardo Lara

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD


Nosotros, NELLY VERÓNICA MORALES LUCAS, con cédula de identidad N°1002608774 y PUEDMAG NARVÁEZ MANUEL MARCELO, con cédula N°1002422515, en calidad de autores y titulares de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hacemos la entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorización a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del Archivo Digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión en concordancia con la ley de Educación Superior Artículo 144.

3. CONCORDANCIAS

Los autores, manifestando que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrollo, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es del titular de los derechos patrimoniales, por lo que se asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldré en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.


Ibarra, a los 7 días del mes de Noviembre de 2014

Autores



NELLY VERÓNICA MORALES LUCAS

1002608774



PUEDMAG NARVÁEZ MANUEL MARCELO

100242251-5

Facultado por resolución de Consejo Universitario

DEDICATORIA

Todo esfuerzo tiene su recompensa...

Este Trabajo lo dedico en primer lugar a Nuestra Padre Celestial el que me ha dado la vida y permitirme el haber llegado hasta este momento especial y fue quien puso a personas tan especiales e irremplazables en el camino de mi vida, los cuales han estado dándome su cariño y apoyo siempre.

Con profundo cariño y amor a mis padres y hermanos quienes han sido un pilar fundamental en mi larga trayectoria estudiantil, guiándome y apoyándome incondicionalmente.

A mi amado esposo, el que con su amor e incondicional apoyo, sin importa la distancia, sabes cómo aconsejarme y me das fuerza y para no desfallecer y culminar con esta meta de mi vida como, siempre juntos.

VERÓNICA MORALES

DEDICATORIA

A Dios quien me ha brindado una nueva oportunidad de vida, quien con su sabiduría y amor sabrá guiarme en este nuevo camino, concediéndome constancia para culminar con éxito mis estudios superiores.

A mis padres, por haberme dado la vida e inculcado valores que han guiado mi existencia y que me han convertido en un hombre honesto y trabajador, que a pesar de todas las adversidades que se presentan en las diferentes etapas de la vida las enfrente con responsabilidad y perseverancia.

A la mujer que la vida me ofrendo como el mejor regalo, quien fomentó en mí el deseo de superación, el anhelo de triunfo y éxito profesional, motivándome a seguir luchando y aferrándome a mis sueños y esperanzas.

MARCELO PUEDMAG

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios y a la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas de la Universidad Técnica del Norte, por haberme brindado la oportunidad de obtener un título profesional y a todos los catedráticos quienes brindaron su amistad y compartieron sus más sabios conocimientos.

Especial agradecimiento doctor Eduardo Lara, Director del Trabajo de Grado, quien con su calidad humana y sabiduría supo guiar de mejor manera la presente investigación.

Por último, quiero agradecer a mi esposo, a mi familia, quienes han velado por mí durante este arduo camino para convertirme en una profesional, gracias de todo corazón, por su apoyo y colaboración.

VERÓNICA MORALES

AGRADECIMIENTO

A los maestros, autoridades y personal Administrativo de la Gloriosa Universidad Técnica del Norte, gracias por los conocimientos y sabiduría impartida.

Al doctor Eduardo Lara, quien con su calidad humana y sabios conocimientos, supo guiar y conducir con éxito el presente trabajo de investigación.

A mi familia y hermanos por su apoyo incondicional, gracias por enseñarme que no hay límites, que lo que me proponga lo puedo lograr y que solo depende de mí.

MARCELO PUEDMAG

ÍNDICE GENERAL

RESUMEN EJECUTIVO	ii
SUMMARY	iii
AUTORÍA.....	iv
CERTIFICACIÓN DEL ASESOR	v
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DE TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE	vi
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICIDAD A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE	vii
IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA.....	vii
AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD.....	ix
DEDICATORIA	x
AGRADECIMIENTO	xi
ÍNDICE GENERAL	xii
ÍNDICE DE CUADROS.....	xix
ÍNDICE DE TABLAS	xxi
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xxii
PRESENTACIÓN.....	xxiv
CAPÍTULO I	26
DIAGNÓSTICO SITUACIONAL	26
Antecedentes	26
Objetivos	27
Objetivo general.....	27
Objetivos específicos	27
Variables diagnosticas	28
Crecimiento demográfico.....	28
Factor económico-social.	28
Talento Humano.....	28
Recursos naturales.	28
Indicadores o subaspectos que definen a las variables	28
Crecimiento demográfico.....	28
Factor económico - social.	28

Talento humano	29
Conservación de recursos naturales.	29
Matriz de la relación diagnóstica	30
Identificación de la población	31
Cálculo de las muestras.....	31
Diseño de técnicas de investigación	32
Información primaria.	33
Información secundaria.....	33
Evaluación de la información	33
Presentación de resultados de encuestas aplicadas.	33
Conclusiones de la matriz AOOR.....	52
Aliados	52
Oportunidades	52
Oponentes	53
Riesgos.....	53
Identificación de la oportunidad de inversión.....	53
CAPÍTULO II	55
MARCO TEÓRICO.....	55
La empresa	55
Empresa pública.....	56
Empresa privada.....	56
Organigrama	57
La administración.....	57
Contabilidad.....	59
Comercialización	59
Estudio de mercado	60
Mercado	61
Clases de mercado.....	62
Demanda.	63
Oferta.	63
Factibilidad.	64
Rentabilidad	64
Proyecciones financieras.....	65

Estudio técnico.....	65
Evaluación financiera.....	66
Flujograma.	66
Estados financieros	67
Código de trabajo ecuatoriano	67
Código tributario ecuatoriano.	68
Riesgos del trabajo.....	69
Plan de Marketing.....	71
Ventas	71
Precio.	72
Competencia	72
Publicidad	73
Mantenimiento.	74
Labores de mantenimiento en una empresa.	74
Tipos de mantenimiento y organización.	75
Limpieza	76
Detersión	76
Lavado.....	76
Técnicas de limpieza y desinfección.....	76
Desinfección	78
Plan de limpieza y desinfección.....	78
CAPÍTULO III.....	82
ESTUDIO DE MERCADO	82
Introducción	82
Objetivos del estudio de mercado	82
Objetivo general.....	82
Objetivos específicos	83
Matriz del estudio de mercado	83
Variables del estudio de mercado.	83
Indicadores o subaspectos que definen a las variables	84
Matriz diagnóstica del estudio de mercado.....	85
Presentación	86
Identificación del servicio.....	87

Servicios de limpieza:	87
Servicios de mantenimiento (obra civil):	87
Servicio de mantenimiento de jardín:	88
Mercado meta.....	88
Cálculo de la muestra.....	88
Tabulación, presentación e interpretación de resultados de la encuesta.....	89
Análisis de la demanda	103
Comportamiento histórico de la demanda	103
Análisis de la demanda	104
Proyección de la demanda.	105
Análisis de la oferta	106
Comportamiento histórico de la oferta	107
Proyección de la oferta.....	108
Balance oferta – demanda.....	109
Proyecciones de precios.....	109
Comercialización	110
Canales de comercialización.....	110
Estrategias de comercialización	110
Conclusiones del estudio de mercado	113
La creación de una empresa	113
El proyecto generara empleo directo e indirecto	113
La oferta se puede incrementar	113
Proveer de diversas estrategias de comercialización	113
Dentro del presente estudio de mercado se establece	113
CAPÍTULO IV.....	114
ESTUDIO TÉCNICO	114
Macro localización.....	114
Micro localización	115
Estudio técnico.....	116
Especificaciones del servicio	116
Ubicación de la planta.....	119
Distribución de la instalaciones	119
Flujograma del proceso.....	120

Equipo y maquinaria de mantenimiento y limpieza	124
Requerimiento de muebles y enseres	126
Requerimiento de talento humano	127
Requerimiento de mano de obra directa e indirecta.....	127
Requerimiento personal administrativo	127
Transporte	128
Inversión	128
Inversión fija	128
Inversión variable.....	131
CAPÍTULO V	132
ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO DEL PROYECTO	132
Presupuesto de la inversión.....	132
Estructura de la inversión.....	133
Financiamiento de la inversión	133
Balance general inicial presupuestado	135
Presupuesto de ingresos y gastos	136
Ingresos	137
Cobros por servicio	137
Proyección de ingresos años subsiguientes.....	139
Gastos.....	140
Proyección de ingresos y gastos	145
Estado de resultados.....	146
Flujo de caja proyectado	147
Costo de oportunidad del proyecto	147
Cálculo del costo de oportunidad.....	148
Calculo de la tasa redescuento	149
Evaluación financiera.....	149
Valor actual neto (VAN).....	150
Tasa interna de retorno (TIR)	151
Período de recuperación.....	151
Índice de rentabilidad beneficio – costo	152
Razón beneficio - costo (B/C).....	152
Resumen de evaluación económica	153

CAPÍTULO VI.....	154
ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA DE LA EMPRESA.....	154
Introducción	154
Denominación de la empresa	154
Slogan de la empresa	155
Aspectos filosóficos	155
Misión	155
Visión.....	155
Objetivos institucionales.....	155
Valores institucionales	156
Políticas.....	157
Propósitos institucionales.....	158
Estructura organizacional de la empresa.....	158
Estructura funcional	159
Junta de accionistas.....	159
Gerente general.	160
Contador.....	161
Jefe de comercialización	163
Asistente contable	164
Jefe técnico - bodeguero	166
Operario	167
Reglamento interno	169
Requisitos para la aprobación del reglamento de seguridad y salud.	170
Documentos habilitantes o necesarios para la aprobación del reglamento.....	170
Esquema de un reglamento interno de seguridad y salud.	171
CAPÍTULO VII	174
IMPACTOS DEL PROYECTO	174
Introducción	174
Identificación de los impactos	176
Impacto ambiental.....	176
Impacto social.	176
Impacto económico.....	177
Impacto educativo.....	177

Análisis de impactos	177
Indicadores de los impactos	178
Matriz de barrido de impactos.	187
CONCLUSIONES	189
RECOMENDACIONES.....	190
BIBLIOGRAFÍA	191
LINKOGRAFÍA	192
ANEXOS	193
ANEXO N° 01	194
ANEXO N° 02	197
ANEXO N° 03	200

ÍNDICE DE CUADROS

1. Matriz de la relación diagnóstica	30
2. Matriz diagnóstica del estudio de mercado.....	85
3. Distribución de instalaciones	103
4. Aceptación del servicio.....	104
5. Presupuesto destinado a limpieza	105
6. Capacidad de compra mensual.....	105
7. Incremento promedio anual empresas	105
8. Proyección de la demanda	106
9. Proyección anual de la oferta.....	108
10. Balance oferta – demanda.....	109
11. Proyección de precios	109
12. Costo de promoción y publicidad	112
13. Calificación pondera para la localización del proyecto	116
14. Resumen operativo.....	122
15. Resumen operativo.....	123
16. Equipo y maquinaria de mantenimiento y limpieza	124
17. Materiales a ser utilizados.....	125
18. Muebles y enseres	126
19. Personal operativo.....	127
20. Personal administrativo.....	127
21. Inversión fija	128
22. Inversión variable.....	131
23. Presupuesto de la inversión.....	132
24. Estructura de la inversión.....	133
25. Financiamiento de la inversión	133
26. Cuadro de pagos.....	134
27. Balance general inicial presupuestado	135
28. Presupuesto de ingresos y gastos	136
29. Proyección de ingresos año 01.....	137
30. Tasa de crecimiento anual.....	138
31. Proyección de ingresos años subsiguientes.....	139

32. Proyección de gastos de nómina	141
33. Depreciación de activos fijos	144
34. Amortización de activos diferidos.	144
35. Ingresos y gastos proyectados en dólares	145
36. Estado de resultados proyectado	146
37. Flujo de caja proyectado	147
38. Cálculo del costo de oportunidad.....	148
39. Calculo de la tasa redescuento	149
40. Cálculo del VAN.....	150
41. Cálculo del TIR.....	151
42. Cálculo del tiempo de recuperación (TR).....	151
43. Evaluación del proyecto.....	153
44. Análisis de impactos	178
45. Matriz de barrido de impactos.	187

ÍNDICE DE TABLAS

1. Crecimiento demográfico.....	34
2. Perfil de las empresas.....	35
3. Imagen corporativa	36
4. Presentación de instalaciones.....	37
5. Costos del servicio	38
6. Talento humano	39
7. Medios de contratación	40
8. Calidad de servicios	41
9. Garantías del servicio.....	42
10. Riesgos de trabajo	43
11. Empresas posicionadas	44
12. Manejo de insumos químicos.....	45
13. Insumos químicos	46
14. Factor económico.....	47
15. Contaminación	48
16. Insumos de limpieza	49
17. Suministros de mantenimiento.....	50
18. Manejo de recursos naturales.....	51
19. Mercado potencial.....	90
20. Mercado objetivo	91
21. Competencia	92
22. Ventas	93
23. Tecnología.....	94
24. Equipos de protección.....	95
25. Diversificación.....	96
26. Ventas	97
27. Calidad	98
28. Aceptación del servicio.....	99
29. Precio	100
30. Políticas de salubridad	101
31. Contratación del servicio	102

ÍNDICE DE GRÁFICOS

1. Crecimiento demográfico.....	34
2. Perfil de las empresas.....	35
3. Imagen corporativa	36
4. Presentación de instalaciones.....	37
5. Costos del servicio	38
6. Talento humano	39
7. Medios de contratación	40
8. Calidad de servicios	41
9. Garantías del servicio.....	42
10. Riesgos de trabajo	43
11. Empresas posicionadas	44
12. Manejo de insumos químicos.....	45
13. Insumos químicos	46
14. Factor económico.....	47
15. Contaminación	48
16. Manejo de recursos naturales.....	51
17. Mercado potencial.....	90
18. Mercado objetivo	91
19. Competencia	92
20. Ventas	93
21. Tecnología.....	94
22. Equipos de protección.....	95
23. Diversificación.....	96
24. Ventas	97
25. Calidad	98
26. Aceptación del servicio.....	99
27. Precio	100
28. Políticas de salubridad	101
29. Contratación del servicio	102
30. Provincia de Imbabura	115
31. Diagrama de distribución de las oficinas	120

32. Simbología	121
33. Flujograma operativo del proceso administrativo de establecimiento de proyecto	121
34. Flujograma operativo del proceso para la recepción de un servicio	123
35. Denominación de la empresa	154
36. Estructura organizacional de la empresa.....	159

PRESENTACIÓN

En todas las épocas y transcurrir de los tiempos, la limpieza y demás labores de mantenimiento, han sido asumida por personas o grupos con bajos conocimientos sin recursos o tecnología.

Ibarra, posee un enorme potencial para generar producción, empleo e ingresos, los cuales generan riqueza y dinamizan la economía local, contribuyendo a la solución de problemas y tensiones sociales, es conveniente crear esta empresa ya que se requiere menores costos de inversión, y activa la economía de esta importante región.

El propósito de implantar este proyecto es la de brindar servicios de mantenimiento tales como reparación de plomería, albañilería, carpintería, pintura, electricidad y jardinería a todas las instituciones que muestren estos problemas solucionándolos de manera rápida y efectiva.

Actualmente no existen empresas locales que oferten servicios de calidad, únicamente existen personas informales que realizan estas labores y por lo general estas perciben un sueldo, sin dar importancia a su remuneración realizan un trabajo que deja mucho que desear, convirtiéndose en un gasto infructuoso, les convendría contratar una empresa especializada de limpieza y mantenimiento.

Este proyecto es importante porque prestará servicios de limpieza y mantenimiento, a empresas de prestigio de la ciudad de Ibarra proyectando una excelente imagen y brindando un aspecto acogedor.

Las empresas y persona que demanden nuestras servicios podrán contar con una empresa segura en la cual pueda confiar su empresa o institución.

Esta actividad genera muchos empleos e ingresos, con esto se da oportunidad a personas de escasos recursos y se trata de evitar la migración de mano de obra calificada.

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1. Antecedentes

Imbabura está localizada en la parte norte del país cubriendo territorios de las Cordilleras Oriental y Occidental de los Andes; la actividad económica está ligada con la producción del campo, también se han formado algunas grandes empresas industriales como: LAFARGE S.A. e Ingenio Azucarero del Norte, IANCEM; además existe producción artesanal relacionada con la producción de panela, aguardiente, nogadas y elaboración de alimentos y bebidas. Además posee el conjunto lacustre más hermoso del Ecuador, entre sus lagunas y lagos se puede citar: Yahuarcocha, Mojanda, Cuicocha, Puruhanta y San Pablo, además existen fuentes termales y minerales.

Ibarra, la Ciudad Blanca del Ecuador, es la capital de la provincia de Imbabura, aún conserva su sabor de antaño, cada rincón guarda recuerdos del pasado que se proyectan al presente y futuro.

Dado el crecimiento económico y demográfico de la ciudad de Ibarra se encuentra una amplia lista de instituciones tanto públicas como privadas, para lo cual, debería existir una empresa dedicada exclusivamente a la satisfacción de las necesidades cotidianas de mantenimiento y limpieza, pues de ello depende mucho la imagen que proyectan dichas entidades al público en general.

Dentro de un diagnóstico preliminar, se ha llegado a determinar que, en la ciudad de Ibarra no cuenta con una empresa que preste servicios de mantenimiento y limpieza

calificados, recurriendo a contrataciones de personas que en un alto porcentaje no tiene la disponibilidad de tiempo ni posee la tecnología y capacitación para realizarlos adecuadamente.

Por estas circunstancias surge el presente estudio de factibilidad, para proporcionar un servicio que base su actuación en el uso del soporte humano y tecnológico específico y más conveniente para cada tarea de mantenimiento y limpieza, llegando al público a precios cómodos y accesibles para todos los que requieran.

Por lo tanto la asistencia de este servicio debe ser realizada con un mayor grado de prolijidad y contar con equipos, maquinarias, tecnología y personal capacitado que cumpla con los requerimientos de eficiencia, calidad y garantía que el consumidor espera obtener.

1.2. Objetivos

1.2.1. Objetivo general

Realizar un diagnóstico situacional para determinar la creación de una empresa dedicada al mantenimiento y limpieza para las entidades públicas y privadas, en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura a través de la identificación de los aliados, oponente, oportunidades y riesgos.

1.2.2. Objetivos específicos

1. Analizar el crecimiento demográfico en la ciudad de Ibarra.
2. Determinar los factores sociales y económicos que mejoran la imagen corporativa de las empresas de la ciudad de Ibarra.
3. Determinar el material humano disponible en la provincia.

4. Establecer los métodos de control y manejo de los recursos naturales e insumos químicos.

1.3. Variables diagnosticas

Después de haber realizado las etapas principales del diagnóstico se ha podido determinar las siguientes variables, mismas que se detallan a continuación:

1.3.1. Crecimiento demográfico.

1.3.2. Factor económico-social.

1.3.3. Talento Humano.

1.3.4. Recursos naturales.

1.4. Indicadores o subaspectos que definen a las variables

1.4.1. Crecimiento demográfico.

- Apertura de nuevas empresas.
- Expansión empresas posicionadas.
- Actividad económica.
- Perfil de las empresas.

1.4.2. Factor económico - social.

- Imagen corporativa.
- Presentación de instalaciones.
- Costos del servicio.

- Medios de contratación.
- Maximización de recursos económicos.

1.4.3. Talento humano

- Experiencia de trabajo
- Nivel educativo
- Capacitación
- Garantías del servicio.
- Riesgos del trabajo.

1.4.4. Conservación de recursos naturales.

- Manejo de productos químicos.
- Contaminación.
- Reciclaje.
- Ahorro de recursos.

1.5. Matriz de la relación diagnóstica

Cuadro N° 1

Matriz de la relación diagnóstica

OBJETIVO	VARIABLE	INDICADORES	FUENTES DE INFORMACIÓN	TÉCNICA	SUJETOS
Analizar el crecimiento demográfico empresarial en la ciudad de Ibarra.	Crecimiento demográfico	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nuevas empresas. ▪ Nuevas sucursales de empresas posicionadas. ▪ Actividad laboral. ▪ Perfil de las empresas 	Primaria y Secundaria	Encuestas Internet	Entidades públicas y privadas de Ibarra
Determinar los factores sociales y económicos que mejoran la imagen corporativa de las empresas de la ciudad de Ibarra	Factor económico - social.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Imagen corporativa ▪ Presentación de instalaciones. ▪ Costos del servicio. ▪ Medios de contratación. ▪ Maximización del recurso financiero. 	Primaria y Secundaria	Encuestas Bibliografía	Entidades públicas y privadas de Ibarra
Evaluar la calidad y disponibilidad del Talento Humano existente en la provincia.	Talento humano	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Experiencia de trabajo. ▪ Nivel educativo ▪ Capacitación. ▪ Garantía del servicio. ▪ Riesgos de trabajo. 	Primaria y Secundaria	Encuestas Bibliografía	Entidades públicas y privadas de Ibarra
Establecer los métodos de control y manejo de los recursos naturales e insumos químicos.	Conservación de recursos naturales.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Manejo de productos químicos. ▪ Contaminación. ▪ Reciclaje. ▪ Ahorro de recursos 	Primaria y Secundaria	Encuestas Entrevistas	Entidades públicas y privadas de Ibarra

Elaborado por: Los autores

1.6. Identificación de la población

Para determinar la población se utilizó la información proporcionada por el Departamento de Rentas del Ilustre Municipio de Ibarra, identificando un total de 515 entre pequeñas y medianas empresas (se excluye tiendas y unidades económicas muy reducidas) como posibles demandantes del servicio, registradas hasta diciembre del 2012, como también a 2 empresas que podrían ser proveedores directos.

1.7. Cálculo de las muestras

El número de unidades a investigar de la primera población 515, es realmente significativa por lo que se ha visto conveniente trabajar con la fórmula para población finita, con la finalidad de conseguir mayor confiabilidad en la información obtenida, para la segunda población de estudio se realizó censo, por ser un número pequeño de 2 empresas identificadas como proveedores.

La fórmula a utilizar es la siguiente:

$$n = \frac{Z^2 * \delta^2 * N}{(e^2)(N-1) + Z^2 \delta^2}$$

Simbología:

N = Tamaño de la población

n = Tamaño de la muestra

e = Error máximo admisible del tamaño de la muestra (0,05)

δ = Varianza

Z = Nivel de confianza

Datos:

$$N = 515$$

$$\delta^2 = 0,25$$

$$Z = 95\% \quad 1,96$$

$$e = 5\% \quad 0,05$$

$$n = \frac{(1,96)^2 (0,25) (515)}{(0,05^2)(515-1) + (1,96)^2 (0,25)}$$

$$n = 220$$

Aplicando la fórmula, da como muestra 220 Pymes ubicadas en la ciudad de Ibarra a las que se debe levantar la información.

De las cuales se a tomar en cuenta para realizar las encuestas a:

- Personal administrativo y/o encargados de mantenimiento y limpieza de entidades públicas o privadas.
- Proveedores de material de mantenimiento y limpieza.

Como proveedores de artículos de mantenimiento y limpieza, dedicados específicamente a esto a PROQUILIM y MULTISERVICIOS JUAN DE LA CRUZ.

1.8. Diseño de técnicas de investigación

En la elaboración del diagnóstico se ha empleado información basada en dos fuentes:

1.8.1. Información primaria.

- Encuesta. (anexo 1)

1.8.2. Información secundaria.

- Revistas, documentos.
- Internet.

1.9. Evaluación de la información

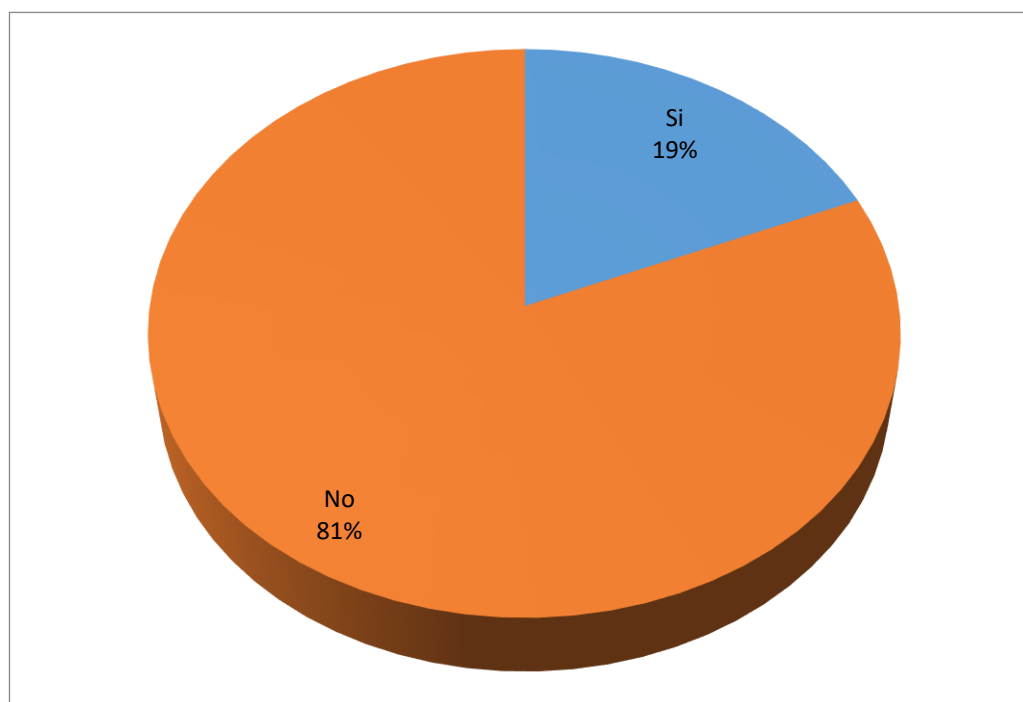
1.9.1. Presentación de resultados de encuestas aplicadas.

La encuesta ha sido elaborada en base a los datos obtenidos en las variables diagnósticas y en la investigación que se han realizado en las entidades tanto públicas y privadas de la ciudad de Ibarra. Este a la vez fue aplicada a los miembros de diversas aéreas de las empresas encuestadas. La información obtenida se procesó por medios estadísticos y se usó tablas gráficas para su mejor comprensión.

Tabla N° 1**Crecimiento demográfico**

PREGUNTA 1	RESPUESTA	FRECUENCIA	%
¿Han existido ampliaciones o aperturas de nuevas sucursales de su empresa en el último año?	Si	41	19%
	No	179	81%
	Total	220	100%

Fuente: Diagnóstico
Elaborado por: Los Autores

Gráfico N° 1**Crecimiento demográfico****Análisis:**

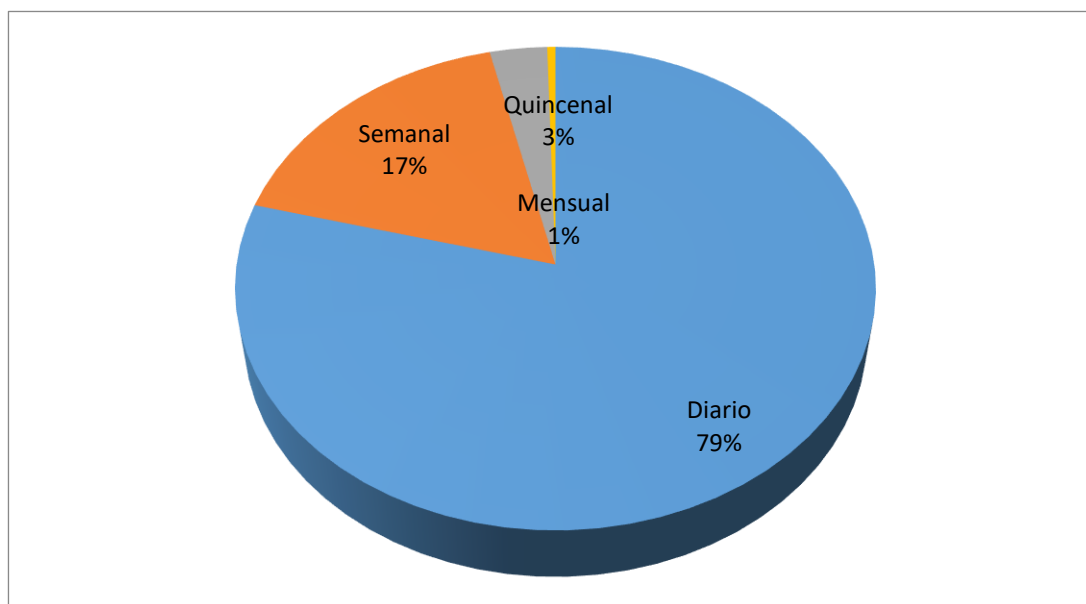
Según el cuadro anterior la mayoría de los consumidores potenciales dice que no han existido aperturas de nuevas oficinas en el último año; más un gran porcentaje mantiene un crecimiento constante de ahí que se deriva una gran demanda.

Tabla N° 2**Perfil de las empresas**

PREGUNTA 2	RESPUESTA	FRECUENCIA	%
¿Según la naturaleza de su empresa con qué frecuencia ha requerido del servicio de mantenimiento y limpieza de las instalaciones?	Diario	174	80%
	Semanal	38	17%
	Quincenal	7	3%
	Mensual	1	0%
	Total	220	100%

Fuente: Diagnóstico

Elaborado por: Los Autores

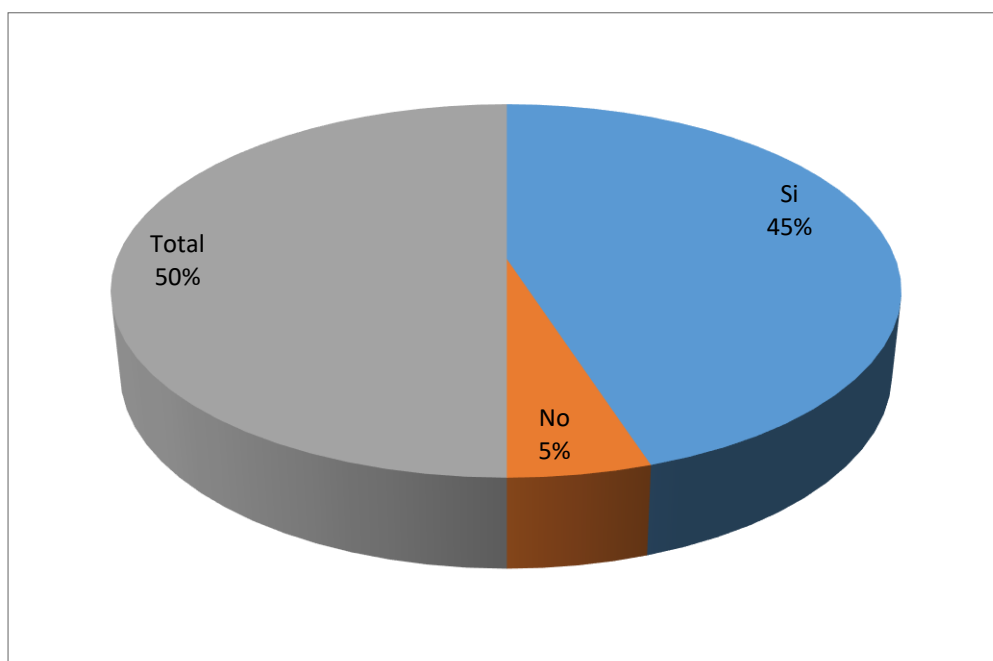
Gráfico N° 2**Perfil de las empresas****Análisis:**

Como se puede observar en el gráfico anterior, el requerimiento de los servicios de limpieza es diario, debido a la gran necesidad de mantener y en muchos casos mejorar la imagen corporativa de los demandantes del servicio.

Tabla N° 3**Imagen corporativa**

PREGUNTA 3	RESPUESTA	FRECUENCIA
¿Cree usted que la imagen corporativa es importante dentro de su empresa?	Si	198
	No	22
	Total	220

Fuente: Diagnóstico
Elaborado por: Los Autores

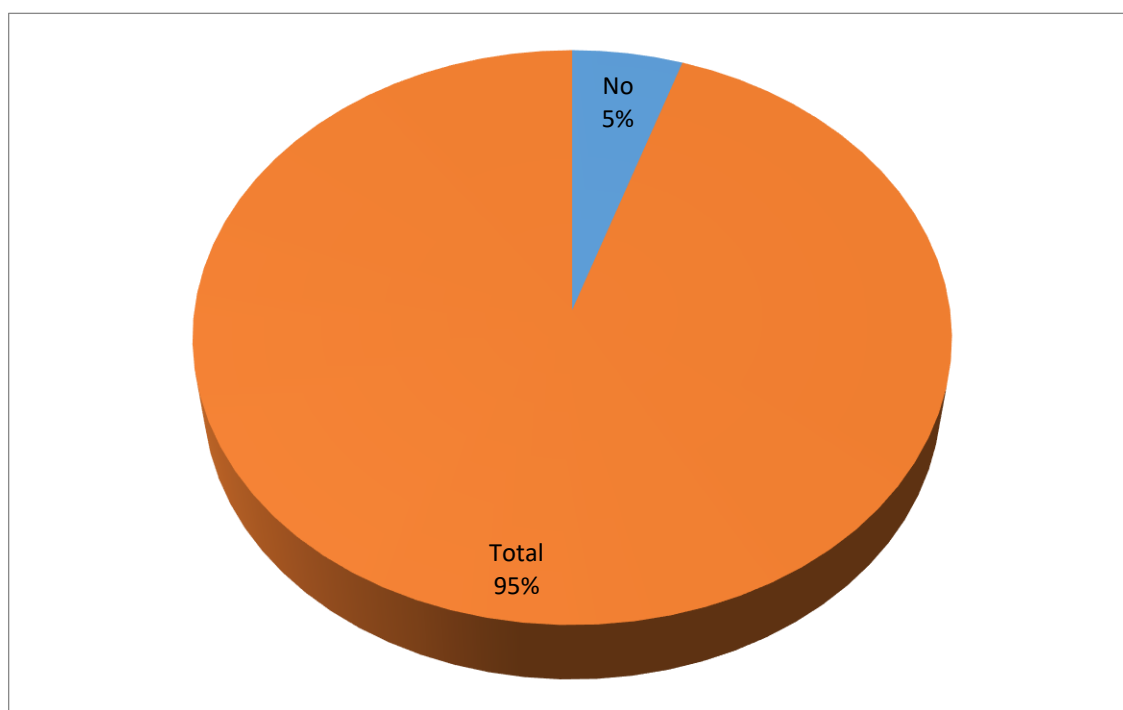
Gráfico N° 3**Imagen corporativa****Análisis:**

Al determinar la importancia de la imagen corporativa dentro de las empresas es indiscutible que le dan gran valía y por ende es notable la urgente necesidad de mejorarla mediante ciertos cuidados profesionales.

Tabla N° 4**Presentación de instalaciones**

PREGUNTA 4	RESPUESTA	FRECUENCIA	%
¿Para mejorar la imagen corporativa de su empresa ha necesitado en algún momento los servicios de mantenimiento y/o limpieza?	Si	208	95%
	No	12	5%
	Total	220	100%

Fuente: Diagnóstico
Elaborado por: Los Autores

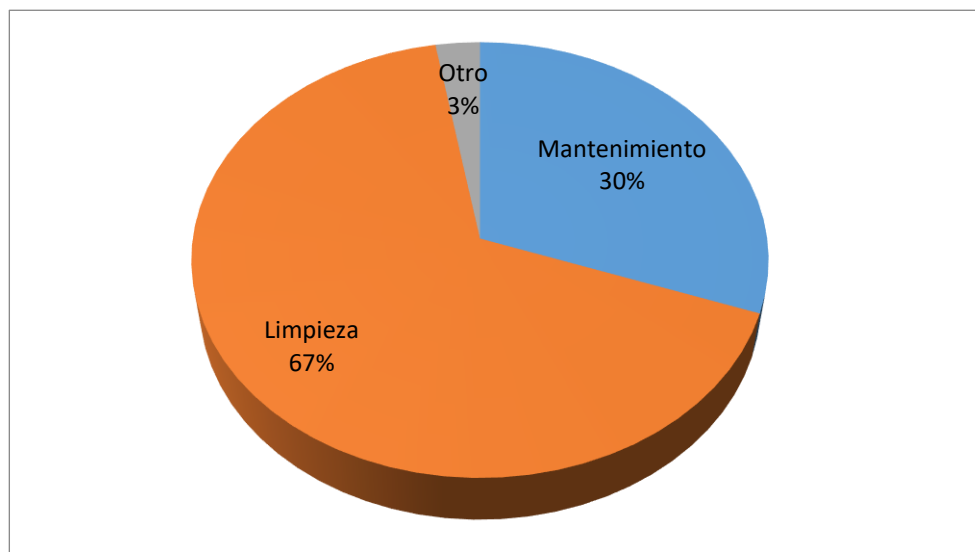
Gráfico N° 4**Presentación de instalaciones****Análisis:**

De acuerdo a este porcentaje la mayor parte de encuestados (as) indica que se han requerido los trabajos sea de mantenimiento y limpieza. Con esto se puede decir que hay necesidad de los servicios a ofrecer.

Tabla N° 5**Costos del servicio**

PREGUNTA 5	RESPUESTA	FRECUENCIA	%
¿Por cuál de estos servicios para sus instalaciones su empresa canceló más dinero?	Mantenimiento (sea eléctrico, pintura, plomería, cambio de vidrios y/o ventanas, arreglo de muebles, remodelaciones, construcción - demolición de muros, jardinería, fumigación y/o control de plagas)	67	30%
	Limpieza (tapetes y/o alfombras, aseo de pisos, vidrios, paredes, muebles)	147	67%
	Otro	6	3%
	Total	220	100%

Fuente: Diagnóstico
Elaborado por: Los Autores

Gráfico N° 5**Costos del servicio****Análisis:**

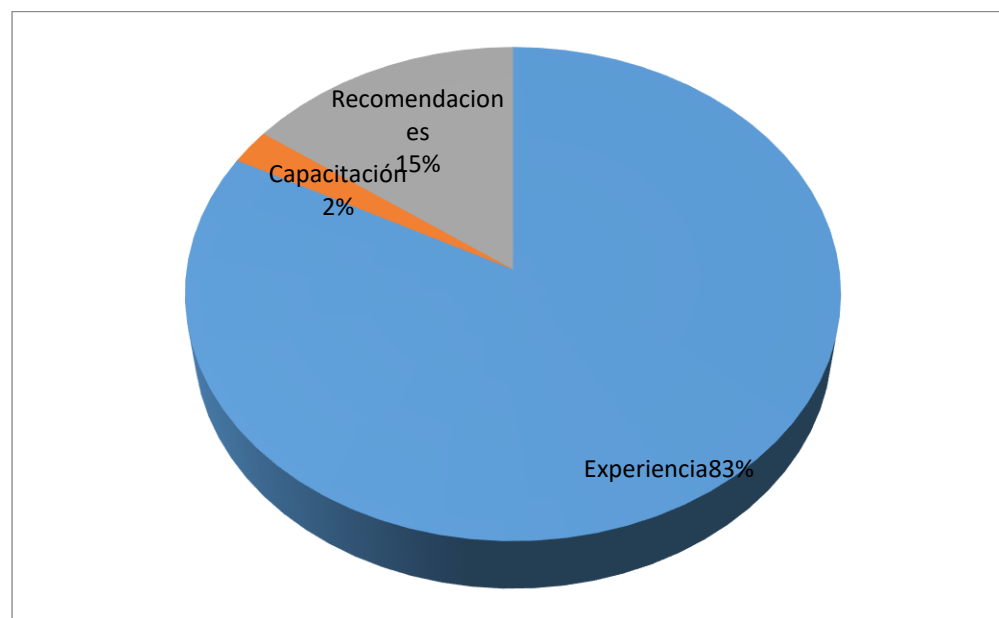
Con una aceptación mayor, según lo manifiestan en las encuestas, es el servicio de limpieza, seguido obviamente por el de mantenimiento, en la opción “otro” los encuestados respondieron es el servicio de mantenimiento mecánico.

Tabla N° 6**Talento humano**

PREGUNTA 6	RESPUESTA	FRECUENCIA	%
Al momento de contratar al personal o empresa que presten estos servicios usted tomo en cuenta:	Experiencia	182	83%
	Capacitación	5	2%
	Recomendaciones	33	15%
	Total	220	100%

Fuente: Diagnóstico

Elaborado por: Los Autores

Gráfico N° 6**Talento humano****Análisis:**

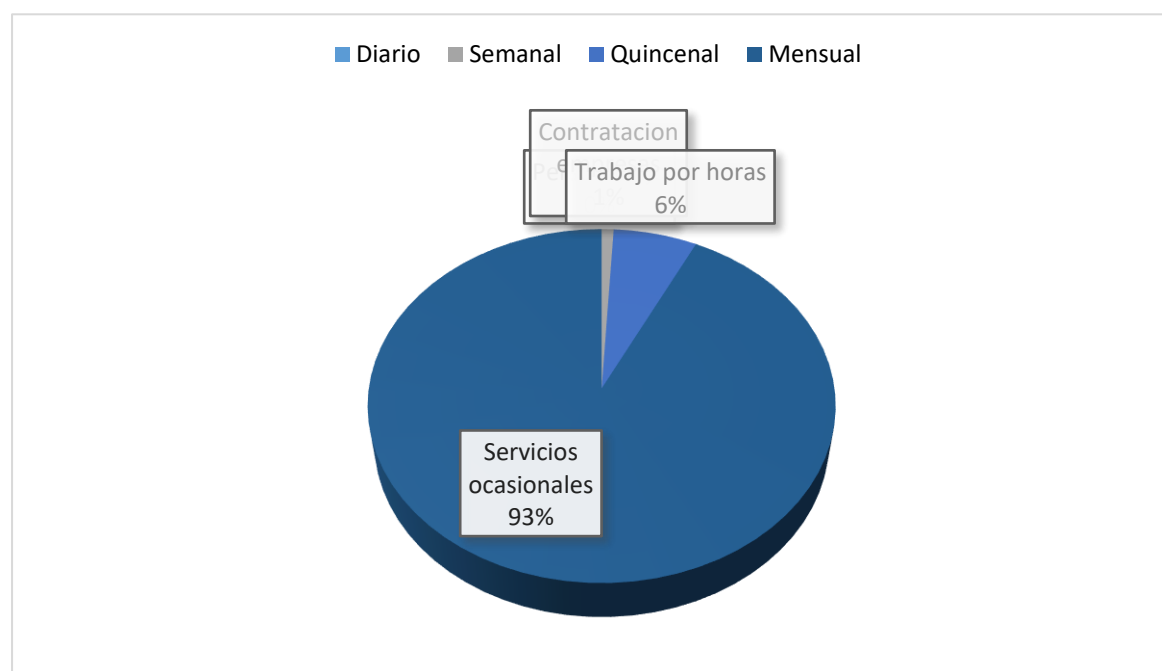
Lo que influye según la encuesta, es el experiencia del personal al que se contrata ya que este obtuvo una mayoría de elección en las encuestas, mientras tanto la segunda opción es valerse de recomendaciones personales, las mismas que son muy subjetivas y casi no se observa si están o no capacitados para realizar estos trabajos.

Tabla N° 7**Medios de contratación**

Mantenimiento

PREGUNTA 7	RESPUESTA	FRECUENCIA	%
¿En su empresa de que forma se han contratado los servicios de limpieza?	Personal fijo	0	0%
	Contratación de empresas	2	1%
	Trabajo por horas	14	6%
	Servicios ocasionales	204	93%
	Total	220	100%

Fuente: Diagnóstico
Elaborado por: Los Autores

Gráfico N° 7**Medios de contratación**

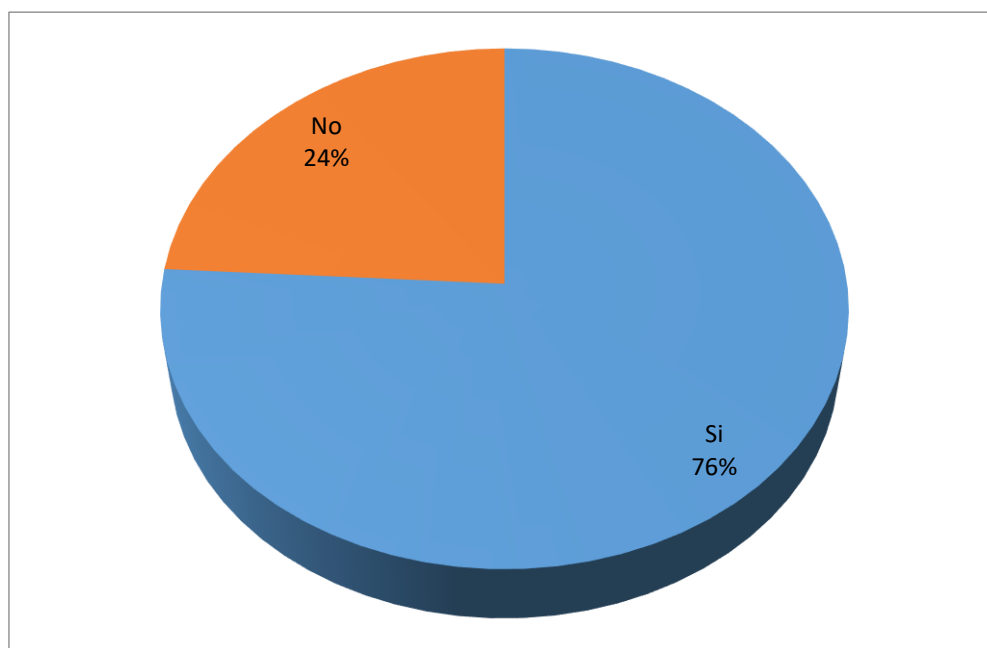
Análisis:

Se puede determinar que los servicios de mantenimiento se contratan, en su gran mayoría, de manera ocasional e incluso se puede deducir que el personal no es el apropiado. Demostrando que éstos entran en la demanda de los clientes.

Tabla N° 8**Calidad de servicios**

PREGUNTA 8	RESPUESTA	FRECUENCIA	%
¿Está conforme con la calidad el servicio que recibió?	Si	167	76%
	No	53	24%
	Total	220	100%

Fuente: Diagnóstico
Elaborado por: Los Autores

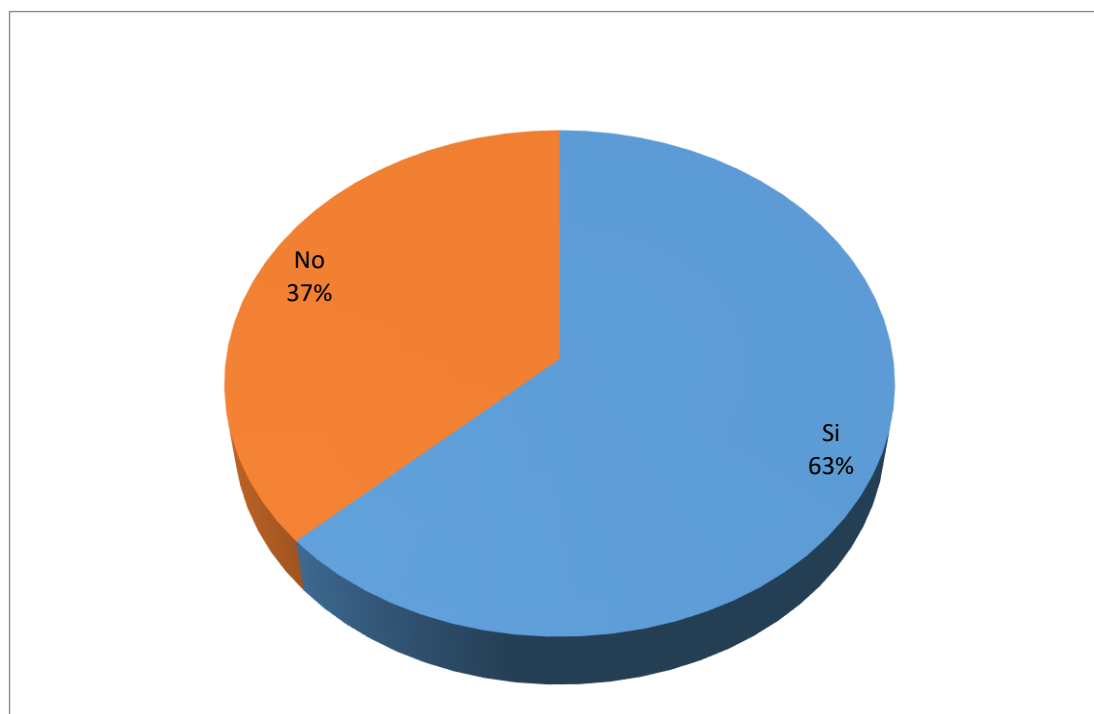
Gráfico N° 8**Calidad de servicios****Análisis:**

Según las encuestas aplicadas, las entidades sean públicas o privadas están conformes con la calidad del servicios que han recibido, pero existe un porcentaje muy importante que manifestaron que no fue el mejor servicio por lo que da como resultado entregar un servicio de acuerdo a la satisfacción total de los clientes.

Tabla N° 9**Garantías del servicio**

PREGUNTA 9	RESPUESTA	FRECUENCIA	%
¿Tiene algún tipo de garantía el servicio que obtuvo?	Si	139	63%
	No	81	36%
	Total	220	100%

Fuente: Diagnóstico
Elaborado por: Los Autores

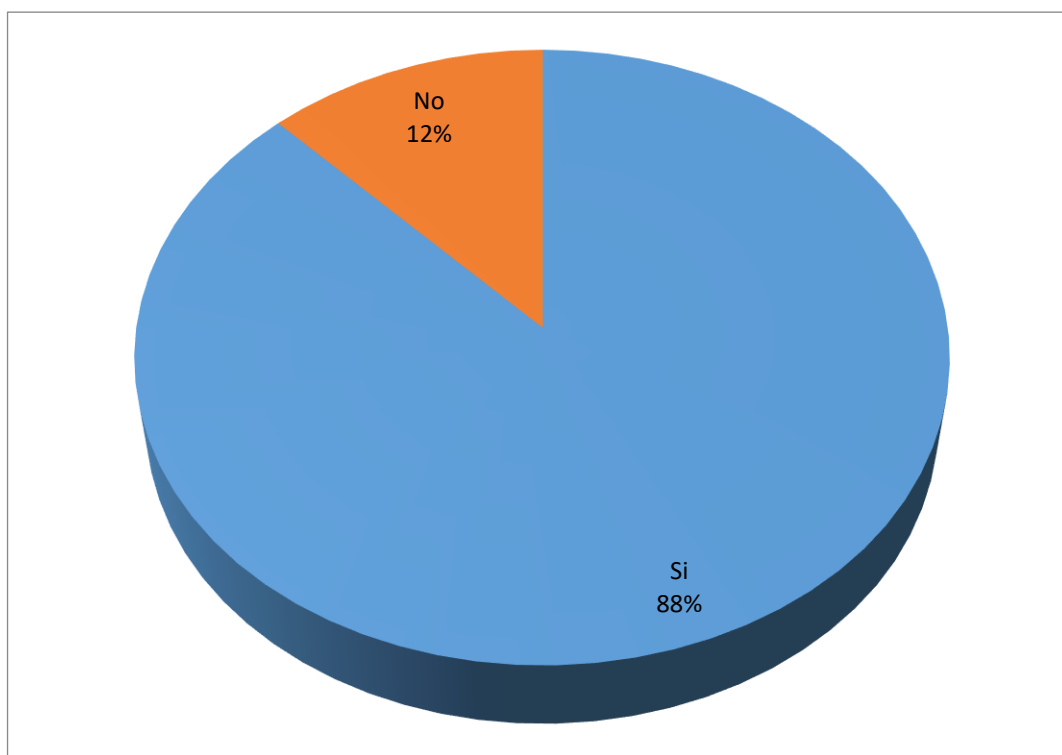
Gráfico N° 9**Garantías del servicio****Análisis:**

Las personas que requieren los servicios en estudio tienen indemnidad sobre el resultado del trabajo realizado, pero un porcentaje considerable no está al tanto de garantía alguna. Al momento de contratar y ofrecer los servicios hay que especificar si existe o no garantía sobre los resultados obtenidos para evitar inconvenientes con los clientes.

Tabla N° 10**Riesgos de trabajo**

PREGUNTA 10	RESPUESTA	FRECUENCIA	%
¿Considera necesaria una adecuada capacitación acerca de los riesgos del trabajo de mantenimiento y limpieza?	Si	193	88%
	No	27	12%
	Total	220	100%

Fuente: Diagnóstico
Elaborado por: Los Autores

Gráfico N° 10**Riesgos de trabajo****Análisis:**

El personal encargado de realizar la contratación de servicios opinan que si requieren de este tipo de empresas pues de este modo encontrarán calidad, honradez, garantía y responsabilidad con los trabajos encomendados.

- La siguiente demostración de datos está enfocada en encuestas realizadas a los proveedores de material de mantenimiento y limpieza.

Tabla N° 11

Empresas posicionadas

PREGUNTA 1	RESPUESTA	FRECUENCIA	%
¿Hace cuánto tiempo comenzó a la actividad de su empresa o comercio?	Menor a un 1 año	0	0%
	De 1 a 3 años	0	0%
	De 3 a 5 años	0	0%
	Más de 5 años	2	100%
	Total	2	100%

Fuente: Diagnóstico
Elaborado por: Los Autores

Gráfico N° 11

Empresas posicionadas



Análisis:

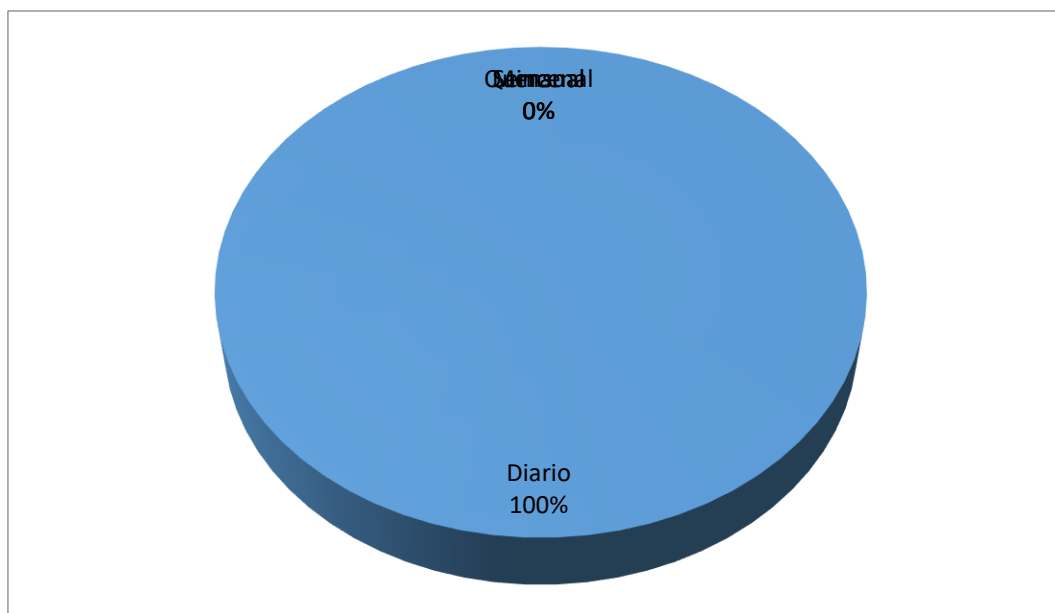
Son proveedores de insumos de limpieza como de primera necesidad y se encuentran en el mercado local más de 5 años distribuyendo estos productos de acuerdo a la necesidad y requerimiento de sus clientes, manifestaron además que es una ardua labor mantenerse en el mercado y lo han logrado con sacrificio y constancia.

Tabla N° 12**Manejo de insumos químicos**

PREGUNTA 2	RESPUESTA	FRECUENCIA	%
¿Con qué frecuencia usted provee de estos insumos a sus clientes frecuentes?	Diario	2	100%
	Semanal	0	0%
	Quincenal	0	0%
	Mensual	0	0%
	Total	2	100%

Fuente: Diagnóstico

Elaborado por: Los Autores

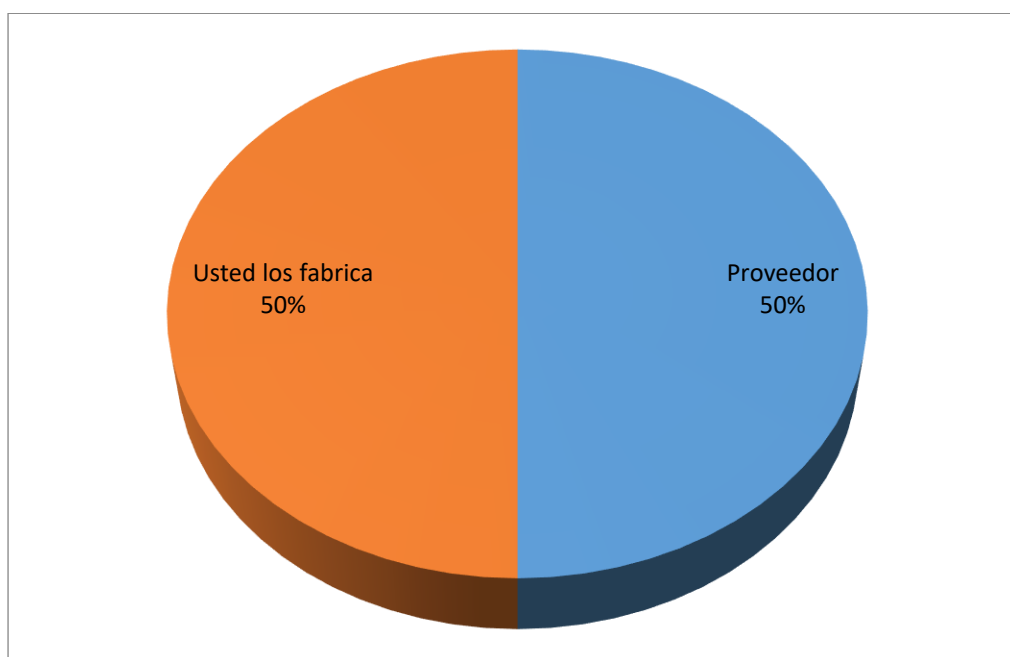
Gráfico N° 12**Manejo de insumos químicos****Análisis:**

Es a diario las ventas y distribución de sus productos a los clientes, haciendo tanto ventas personalizadas o con la visita de sus clientes a sus instalaciones, así mismo en la entrega lo hacen de acuerdo a la exigencia de la compra, sea de inmediato o posterior por varios motivos.

Tabla N° 13**Insumos químicos**

PREGUNTA 3	RESPUESTA	FRECUENCIA	%
¿Donde adquiere los insumos químicos de limpieza?	Proveedor	1	50%
	Usted los fabrica	1	50%
	Total	2	100%

Fuente: Diagnóstico
Elaborado por: Los Autores

Gráfico N° 13**Insumos químicos****Análisis:**

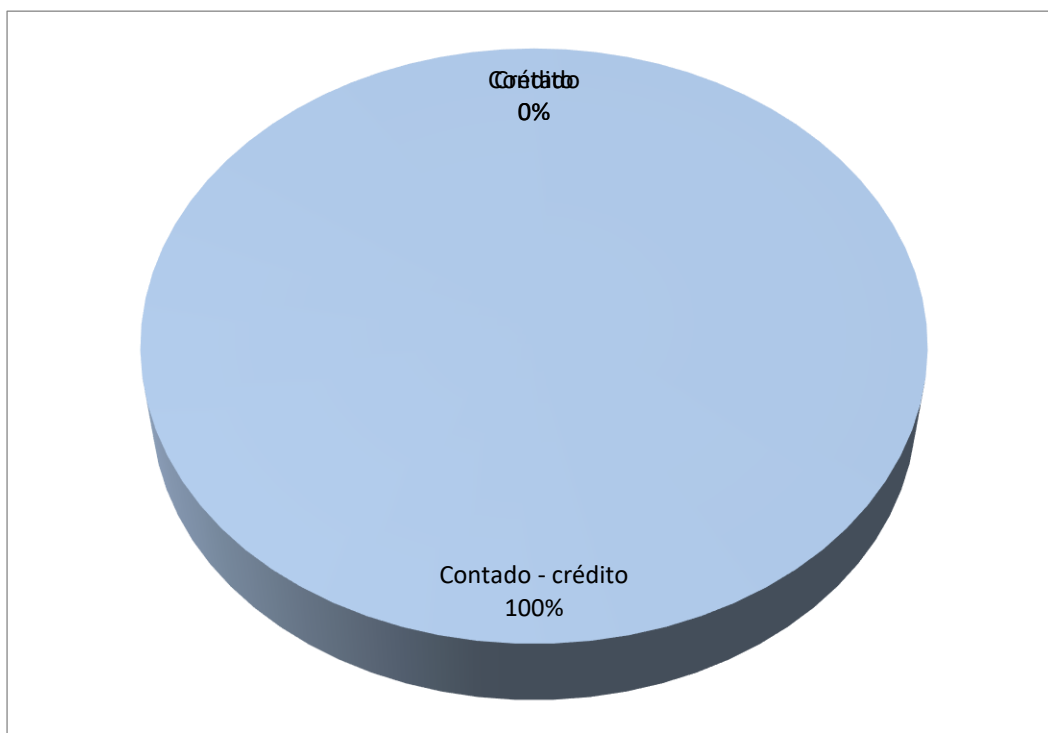
Estos proveedores además de adquirir los productos para sub distribuir también los fabrican, lo cual es beneficioso, ya que se podría solicitar la fabricación de sustancias personalizadas para poder llegar a los gustos y preferencia de los clientes y marcar una diferencia ante la competencia.

Tabla N° 14**Factor económico**

PREGUNTA 4	RESPUESTA	FRECUENCIA	%
¿Cuál es la forma de pago que ofrecen a sus clientes?	Crédito	0	0%
	Contado	0	0%
	Contado - crédito	2	100%
	Total	2	100%

Fuente: Diagnóstico

Elaborado por: Los Autores

Gráfico N° 14**Factor económico****Análisis:**

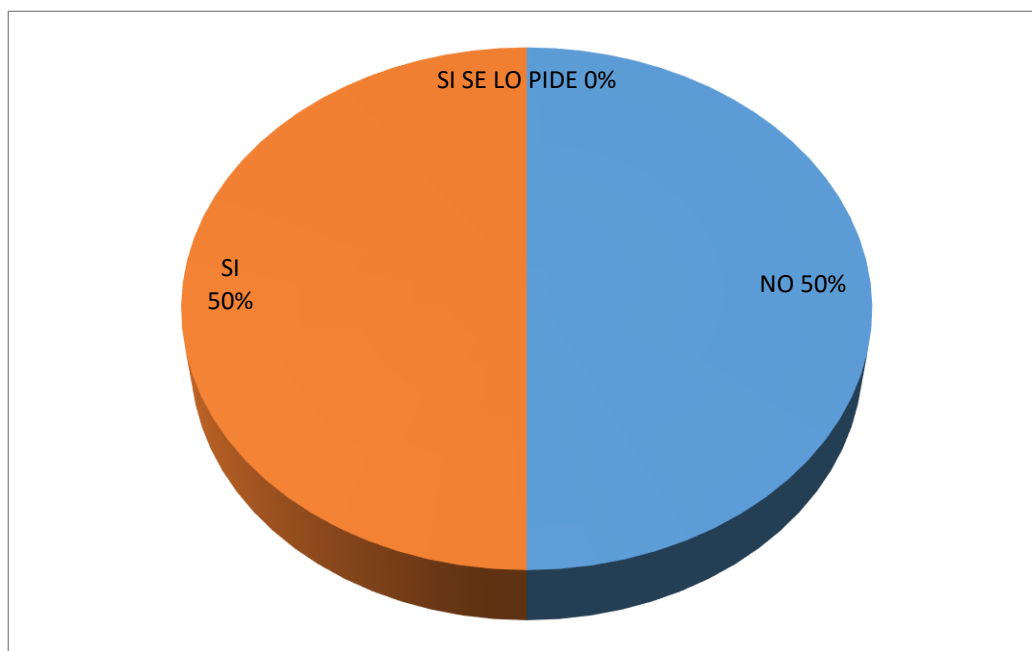
Los proveedores de insumos y materiales de limpieza realizan ventas al contado y a crédito, demostrando flexibilidad para llegar a más clientes y establece una relación comercial a largo plazo.

Tabla N° 15
Contaminación

PREGUNTA 5	RESPUESTA	FRECUENCIA	%
¿Al vender un producto químico de uso riesgoso se realiza charlas de capacitación al cliente para prevenir la contaminación?	Si	1	50%
	No	1	50%
	Si lo solicita el cliente.	0	0%
	Total	2	100%

Fuente: Diagnóstico
Elaborado por: Los Autores

Gráfico N° 15
Contaminación



Análisis:

Para llegar a sus clientes una de las empresas ofrece charlas de capacitación para evitar el mal uso y desperdicio de estos insumos y además establecer los riesgos que implica el trabajar con estos materiales, la otra empresa no lo realiza.

Tabla N° 16**Insumos de limpieza**

PREGUNTA 6	RESPUESTA	FRECUENCIA
¿Qué tipo de insumos de limpieza vende usted?	Desinfectante, detergentes	2
	Trapeadores, escobas, esponjas, paños	2
	Desengrasantes	2
	Limpiantes	2
	Laca para pisos y/o muebles	2
	Lustra muebles	2
	Ambientales liquido o spray	2
	Jabón en barra o líquido	2
	Suavizante textil	1
	Desengrasante	2
	Cera liquida o en pasta	2
	Removedor de cera	1
	Alcohol gel y antiséptico	2
	Cloro	2
	Papel higiénico industrial, jumbo y doméstico	2
	Toallas de manos en v y en z	2
	Otro	2

Fuente: Diagnóstico
Elaborado por: Los Autores

Análisis:

Estos resultados, indican que debe tener una gran variedad de productos para satisfacción de más clientes, además de alertar que se debe tener una gran variedad de productos para así consolidar la compra.

Tabla N° 17**Suministros de mantenimiento**

PREGUNTA 7	RESPUESTA	FRECUENCIA
¿Qué tipo de insumos de mantenimiento vende usted?	Adhesivos y Trabas Químicas	2
	Abrasivos	2
	Abrazaderas	1
	Bombas	1
	Cables eléctricos	1
	Canales y Bajantes	1
	Carburos y gases	0
	Carretillas, tanques calefactores	0
	Clavos, tornillos, brocas	0
	Compresores	0
	Equipos para Pintar	0
	Fregaderos, sanitarios	0
	Generadores	0
	Herramientas Hidráulicas	0
	Impermeabilizantes	1
	Línea para Agua Caliente	1
	Línea para Presión	1
	Mallas metálicas	1
	Material de cerrajería	0
	Material de soldadura	0
	Membranas para Cubiertas	0
	Pinturas y diluyentes en general	1
	Pisos epóxicos - Poliuretanos - Cementicos	0
	Producción del Concreto	0
	Sellado y pegado	1
	Tanques de Polietileno	1
	Tubos plásticos o de metal	1
	Otros	

Fuente: Diagnóstico
Elaborado por: Los Autores

Análisis:

De este tipo de material no ofrecen ya que no tienen mucha acogida por el tipo de clientes a los que distribuyen sus productos, pero cuando es con pedido ven la manera de cubrir la demanda.

Tabla N° 18

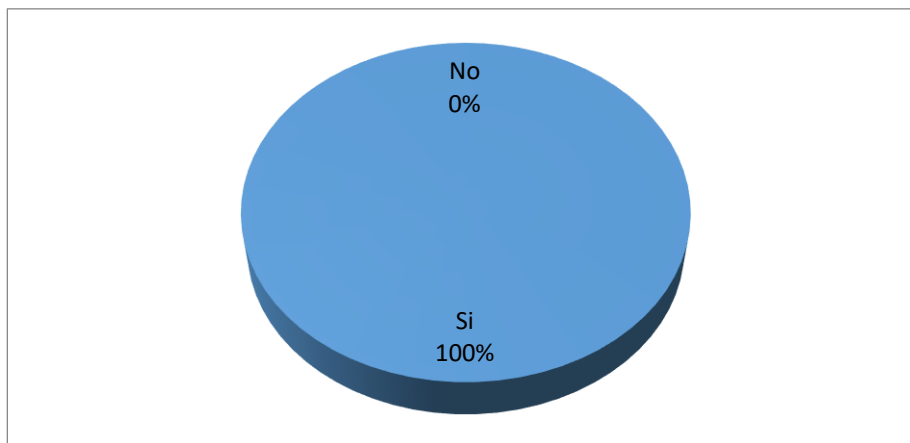
Manejo de recursos naturales

PREGUNTA 8	RESPUESTA	FRECUENCIA	%
¿Los productos que ustedes ofertan se enfocan al manejo de la contaminación, reciclaje, ahorro de agua?	Si	2	100%
	No	0	0%
	Total	2	100%

Fuente: Diagnóstico
Elaborado por: Los Autores

Gráfico N° 16

Manejo de recursos naturales



Análisis:

De acuerdo con los porcentajes observados en la tabla, encontramos que las dos empresas toman muy en cuenta el uso apropiado de los recursos naturales, y sus productos ofrecen alternativas contra la contaminación y a favor del medio ambiente.

1.10. Conclusiones de la matriz AOOR

1.10.1. Aliados

- En el proyecto se considera muy valioso el crecimiento y expansión empresarial debido a que la demanda insatisfecha siempre está en alza.
- Por las diversas ventajas que una empresa especializada ofrece a sus clientes pues no existe otra que brinde lo propuesto.
- Existe, sin duda mayor cantidad de clientes que proveedores.
- El estudio expone a los futuros clientes servicios de alta calidad, con garantía y preservando el medio ambiente.
- Debido a las Leyes laborales, las empresas prefieren contratar servicios ocasionales o por horas para evitar tener algún tipo de problema legal.

1.10.2. Oportunidades

- El proyecto tiene una visión a futuro de expansión empresarial, gracias a su diversidad podría incursionar en la apertura de sucursales.
- No existe otra empresa local que brinde este tipo de servicios, mantenimiento y limpieza, en un solo establecimiento.
- El proyecto tiene la posibilidad de diversificar su gama de servicios según lo vayan requiriendo los clientes.

1.10.3. Oponentes

- El proyecto, sus datos están basados en un estudio local, lo que ofrece tener datos reales en lo referente a competencia dentro de un rango limitado.
- Sin capacitación y financiamiento no se podrá desenvolver el proyecto a ofrecer.
- Falta de experiencia en el mercado.

1.10.4. Riesgos

- La falta de asesoría tecnológica podría ofuscar la realización del proyecto.
- Al no contar con la inversión requerida el proyecto puede no ser concluido.
- El cierre inesperado de empresas o comercios en la ciudad hace que los lugares donde ofertar estos servicios disminuya.

1.11. Identificación de la oportunidad de inversión.

Una vez realizado el diagnóstico, en el análisis del AOOR aplicado en la presente investigación se establece que debido al incremento continuo de empresas y comercios en la ciudad de Ibarra y dada la inexistencia de una empresa especializada que oferte los servicios de mantenimiento y limpieza en un solo local, se hace necesario que se atienda a la gran demanda con precios accesibles a todos y para todo tipo de organizaciones, brindando calidad, un servicio personalizado, las garantías necesarias, desinfección en el manejo de productos, prudencia y personal capacitado en el uso de los materiales e insumos químicos de uso peligroso para disminuir los riesgos del trabajo y fomentar la conservación de los recursos no renovables.

Al no existir este tipo de empresas oferentes en la ciudad los usuarios recurren a otras ciudades en busca de éstas, o en el mayor de los casos, contrate gente sin preparación alguna ni garantía de su trabajo, provocando un incremento en costos, pérdida de tiempo y que no exista la satisfacción total de las necesidades de los clientes.

Es por ello que la imagen de los comercios y empresas deben presentar a sus respectivos clientes instalaciones bien llevadas, ordenadas, con un gran sensación de comodidad y limpieza extremas, ya que en cada espacio de las empresas pueden llevarse a cabo grandes negocios o perderse, también, grandes oportunidades; y es debido a esta necesidad que surge la idea de concretar la viabilidad de una empresa que cumpla con estos objetivos y por eso se plantea realizar un “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA AL MANTENIMIENTO Y LIMPIEZA PARA LAS ENTIDADES PÚBLICAS Y/O PRIVADAS EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. La empresa

Microsoft Encarta (2009) expone: “Empresa, organización económica que, en las economías industriales, realiza la mayor parte de las actividades. Son organizaciones jerarquizadas, con relaciones jurídicas, y cuya dimensión depende de factores endógenos (capital) y exógenos (economías de escala). Las empresas son, al menos la mayor parte, sociedades, entidades jurídicas, que realizan actividades económicas gracias a las aportaciones de capital de personas ajenas a la actividad de la empresa, los accionistas. La empresa sigue existiendo aunque las acciones cambien de propietarios o éstos fallezcan. Una empresa o compañía posee una serie de activos; cuando se crea una empresa hay que redactar una serie de documentos públicos en los que se definirá el objetivo de la misma, cuál es su razón social, su domicilio fiscal, quiénes son los socios fundadores, cuál es el volumen de capital social inicial, en cuántas acciones o participaciones se divide el capital social y cuáles son los estatutos de la sociedad, entre otros. La actividad y la estructura legal de las empresas se regula mediante el Derecho mercantil, que establece los requisitos contables, las obligaciones de los gestores o administradores y los derechos de los accionistas”

Con esta definición, la empresa es el instrumento social, utilizado para producir sea bienes o servicios, utilizando materiales físicos o humanos y a cambio de este recibir a un lucro, regido por una serie de normas y leyes tanto internas como externas.

Además, actúa como un mecanismo de control de los procedimientos administrativos, está íntimamente relacionada con la administración, en el estudio de diagnóstico de las organizaciones y en recomendar soluciones más viables que permite alcanzar objetivos institucionales para enmendar errores.

2.1.1. Empresa pública

Según MARTÍN RETORTILLO (2011): *“las empresas públicas son unidades organizativas, dotadas generalmente de personalidad jurídica que, con independencia de la forma jurídica que puedan adoptar, producen para el mercado bienes y servicios y que son creadas, dirigidas y/o controladas por la Administración Pública.”*

Se llama empresa pública o empresa estatal a toda aquella que es propiedad del Estado, es decir creada por el gobierno, sea este nacional, municipal o de cualquier otro estrato administrativo, normalmente dirigida a la prestación de servicios considerados de alto interés para el país o destinados a fines de índole colectivo y social.

- **FUNCIÓN:** La realización de actividades mercantiles, industriales y cualquier otra actividad conforme a su denominación y forma jurídica.
- **OBJETIVO:** Tiene como finalidad la realización de actividades o la prestación de un servicio en régimen de Derecho privado.

2.1.2. Empresa privada.

Según [*http://www.eco-finanzas.com/diccionario/\(2013\)*](http://www.eco-finanzas.com/diccionario/(2013)): *“Son aquellas entidades cuyo fin esencial es obtener Ganancias y Utilidades. Por tanto, su fin principal es el lucro comercial; pueden ser nacionales o extranjeras. Empresas en que todas o la mayoría de las Acciones u otras formas de participación en el Capital pertenecen a particulares y son controladas por éstos, siendo su principal objetivo la obtención de Utilidades al competir en el Mercado. Unidades productoras de Bienes y/o servicios para la Venta en el Mercado, independientes del Estado.”*

Unidad económica constituida legalmente para la realización de beneficios a través de la actividad productiva o la prestación de servicios, en la que el capital es aportado y poseído por individuos particulares y puede tener como propietario a una o varias personas.

- **FUNCIÓN:** Produce bienes o servicios para un mercado.
- **OBJETIVO:** Busca un beneficio económico mediante la satisfacción de alguna necesidad de orden general o social.

Las empresas miden su eficacia mediante la obtención de beneficios y están son producidas gracias al capital y fuerza de trabajo, por eso mismo desde sus comienzos se debe tener bien claro el tipo de empresa y servicios que se desea brindar.

2.1.3. Organigrama

Microsoft Encarta (2009) expone: *“Sinopsis o esquema de la organización de una entidad, de una empresa o de una tarea. Representación gráfica de las operaciones sucesivas en un proceso industrial, de informática, etc.”*

Es la representación gráfica de la estructura orgánica de una institución o de una de sus áreas, en la que se muestran las relaciones que guardan entre sí los órganos que la componen y su funcionamiento.

La estructura de cada empresa se basa en los organigramas, es la columna vertebral de la organización, pues de éste se derivan las obligaciones, responsabilidades, funciones de cada departamento.

2.2. La administración

Hitt, M, (2009), expone: *"es el proceso de estructurar y utilizar conjuntos de recursos orientados hacia el logro de metas, para llevar a cabo las tareas en un entorno organizacional"*

Es el proceso de estructurar y utilizar conjuntos de recursos orientados hacia el logro de metas, para llevar a cabo las tareas en un entorno organizacional. Además podría ser concebida como una ciencia que estudia a las empresas y las organizaciones con fines descriptivos, para comprender su funcionamiento, evolución, crecimiento y conducta.

Para el proceso de toma de decisiones el flujo de información es esencial. Dicho proceso implica el conocimiento de pasado, estimaciones a futuro y la retroalimentación periódica relacionada con la actividad actual. La tarea de la administración es instrumentar este sistema de información-decisión para coordinar los esfuerzos y mantener un equilibrio dinámico.

Se concluye que la administración se aplica a todo tipo de empresa y que es indiscutible y esencial, además que el éxito de un organismo depende directa e inmediatamente de su buena administración y que una adecuada administración eleva la productividad conjuntamente promueve y orienta el desarrollo.

Las funciones Administrativas en un enfoque sistémico conforman el proceso administrativo, cuando se consideran aisladamente los elementos Planificación, Organización, Dirección y Control, son solo funciones administrativas, cuando se consideran estos cuatro elementos (Planificar, Organizar, Dirigir y Controlar) en un enfoque global de interacción para alcanzar objetivos, forman el Proceso Administrativo.

El proceso administrativo es una secuencia de pasos o de actividades sucesivas a través de las cuales se efectúa la administración, misma que se interrelacionan y forman un proceso que la integra además es la herramienta más importante del administrador para poder desempeñar su cargo y función y si alguna de ellas llegara a faltar o no ser concluida no se llegaría al objeto y meta propuesta.

2.3. Contabilidad

Diccionario Contable ABACO (2009), dice: “Sistema de registro de información financiera fundamentada en principios, métodos y procedimientos de orden técnico, contable y económico que incluye documentos, libros, registros y archivos de las transacciones, desde su entrada original en los libros de contabilidad hasta la formulación de los informes y estados financieros y su interpretación, comprendiendo, además, el procesamiento del flujo de las operaciones financieras, clasificación, análisis, evaluación, resumen y comunicación de los resultados de la situación financiera de las entidades o empresas públicas o privadas.”

La contabilidad es una técnica que se ocupa de registrar, clasificar y resumir las operaciones mercantiles de un negocio con el fin de interpretar sus resultados. Por consiguiente, los gerentes o directores a través de la contabilidad podrán orientarse sobre el curso que siguen sus negocios mediante datos contables y estadísticos. Estos datos permiten conocer la estabilidad y solvencia de la compañía, la corriente de cobros y pagos, las tendencias de las ventas, costos y gastos generales, entre otros. De manera que se pueda conocer la capacidad financiera de la empresa.

Es importante destacar que el ciclo contable se refiere al proceso de registros que va desde el registro inicial de las transacciones hasta los estados financieros finales. Además de registrar las transacciones explícitas conforme van ocurriendo, el ciclo contable incluye los ajustes para las transacciones implícitas. Es importante reconocer cómo los ajustes para las transacciones implícitas en el período anterior pueden afectar la contabilidad adecuadamente en el período actual para las transacciones explícitas relativas.

2.4. Comercialización

www.monografias.com (2013), expone: “Comercializar no es lo mismo que vender. Comercialización implica analizar, crear o desarrollar productos o servicios, embalajes, sistemas de distribución, determinación de precios de venta, política de venta, promoción y

publicidad, maximizando la venta de los productos más rentables para la empresa, vendidos en las condiciones financieras más ventajosas del mercado posible. ”

La comercialización a la vez es el conjunto de actividades desarrolladas con el objeto de facilitar la venta de una determinada mercancía, producto o servicio. Los departamentos de comercialización abarcan la investigación y análisis de mercado con el desarrollo de productos, mercados y estudios de precios; la actividad específica de ventas abierta por zonas o estratos; la administración de ventas con los necesarios pronósticos, planificación, análisis de ventas, precios y costos; los canales de distribución de los productos, embalaje y expedición, promoción y publicidad.

La comercialización se desarrolla en mercados donde impera la ley de la oferta y la demanda, y decae, se estanca y hasta desaparece en los mercados artificialmente regulados o monopólicos.

De esto se desprende que la comercialización es una parte importante y determinante dentro de cualquier sistema comercial que deberá ser atendida prioritariamente.

2.5. Estudio de mercado

www.monografias.com, (2013) dice: “El primer paso de la comercialización debería ser la investigación del mercado, es decir que debemos conocer y analizar lo más científicamente posible el mercado para los productos o servicios de la empresa. Cada vez es más necesario diseñar productos que satisfagan las necesidades de la gente o identificar y llegar aquella persona que necesita el producto que la empresa pueda ofrecer.”

Tiene como finalidad determinar si existe o no, una demanda que justifique la puesta en marcha de un programa de producción de ciertos bienes o servicios, en un espacio de tiempo.

El estudio de mercado analiza las necesidades que presentan las personas consumidoras del producto que se comercializará, prevé que parte del amplio espectro de consumidores se pretenderá satisfacer, estima cuántas personas adquirirán el producto, cuántas los pueden estar haciendo en los próximos años, para así dar una idea de la duración y el alcance que el mismo puede tener a largo plazo y cuántos productos pueden llegar a comprar, además establece cuándo querrán adquirirlo, el precio que los consumidores del producto estarán dispuestos a pagar por él, permitiendo determinar el mejor tipo de promoción para dar a conocer el producto y la que más alcance tenga y por último analiza el tipo de competencia a la cual se enfrentará, determinando, por ejemplo, el precio que pedirán por el mismo producto, la cantidad que producirán, el tipo, entre otras cuestiones.

Es oportuno mantener información del mercado en forma periódica y constante para estar al tanto de él y de los consumidores, de la evolución de las diversas zonas del país y de la efectividad de las campañas de comercialización de las empresas.

2.6. Mercado

www.definiciones.de, (2013) dice: *“El mercado es una institución social que establece las condiciones para el intercambio de bienes y servicios. En el mercado, los vendedores y los compradores entablan una relación comercial para desarrollar transacciones, intercambios o acuerdos.”*

Mercado meta, puede decirse que, más allá de un espacio físico, el mercado surge o se materializa en el momento en que los vendedores se relacionan con los compradores y se articula un mecanismo de oferta y demanda.

La noción de mercado meta, mercado objetivo o target hace referencia al destinatario ideal de un producto o servicio. El mercado meta, por lo tanto, es el sector de la población al que está dirigido un bien.

Para definir el mercado meta, es necesario analizar el comportamiento de los consumidores. Recién entonces se sabrá a qué target apuntar y qué tipo de campañas de marketing son convenientes desarrollar para el posicionamiento del producto.

2.6.1. Clases de mercado.

www.monografias.com, (2013) dice: “Puesto que los mercados están contruidos por personas, hogares, empresas o instituciones que demandan productos, las acciones de marketing de una empresa deben estar sistemáticamente dirigidas a cubrir los requerimientos particulares de estos mercados para proporcionarles una mejor satisfacción de sus necesidades específicas.

- a) Mercado Total: Conformado por el universo con necesidades que pueden ser satisfechas por la oferta de una empresa.
- b) Mercado Potencial: Conformado por todos los entes del mercado total que además de desear un servicio, un bien están en condiciones de adquirirlas.
- c) Mercado Meta: Se relaciona con las necesidades que tienen las empresas de seleccionar de un segmento de mercado, la población o grupo de consumidores a los cuales se quiere llegar.
- d) Mercado Real: Representa el mercado al cual se ha logrado llegar a los consumidores de los segmentos del mercado meta que se han captado, es decir, el mercado real es el que consume los productos de los ofertantes.”

2.7. Demanda.

Según McGraw-Hill (2011). *“La demanda tiene que ver con lo que los consumidores desean adquirir. Demanda significa estar dispuesto a comprar, mientras que la compra es efectuar realmente la adquisición. La demanda refleja una intención, mientras que la compra constituye una acción”*

Con el objetivo de conocer si la entidad en formación, así como los servicios que ofrecerá, contarán con una demanda que haga viable el proyecto, por lo que debe efectuarse una investigación de mercado que se sustentará en la evaluación del sistema financiero y de variables sociales y económicas.

La demanda es la base de un proyecto, ya que de ella depende la viabilidad o no del mismo; es ciertamente, la variable que merece un estudio riguroso y gran formalidad pues al realizar el análisis de ésta derivan las grandes decisiones de las empresas respecto a su presente y futuro inmediato.

2.8. Oferta.

Según MC Graw-Hill (2011) “El lado de la oferta tiene que ver con los términos en los que las empresas desean producir y vender sus productos. Al igual que hicimos en el caso de la demanda, al distinguir entre demandar y comprar, ahora debemos precisar la diferencia entre ofrecer y vender. Ofrece es tener la intención o estar dispuesto a vender, mientras que vender es hacerlo realmente. La oferta recoge las intenciones de venta de los productores.”

El análisis de la oferta deberá considerar ampliamente las condiciones bajo las que se competirá en el mercado financiero, tomando en cuenta los productos y servicios financieros ya existentes en el mercado en que se pretende posicionar.

El estudio de la oferta da la posibilidad de determinar lo que al mercado le hace falta, la ausencia de ciertos productos o servicios que no han sido satisfechos por las empresas y comercios en la actualidad, da una gran visión de las necesidades que se están satisfaciendo y las que aún están sin satisfacer; permitiendo que dilucidar las empresas ya establecidas y las diversas formas que éstas utilizan para llegar al público, identificando los fallos y aciertos que una nueva empresa pudiera tomar como referencia histórica.

2.9. Factibilidad.

Según Varela (2010), “se entiende por Factibilidad las posibilidades que tiene de lograrse un determinado proyecto”. El estudio de factibilidad es el análisis que realiza una empresa para determinar si el negocio que se propone será bueno o malo, y cuáles serán las estrategias que se deben desarrollar para que sea exitoso.

Si el proyecto es factible, se puede pensar en diseñar un plan de proyecto para su ejecución y poder convertir el proyecto en una unidad productiva de un bien o servicio planteado. Los proyectos en los cuales se busca la factibilidad, son aquellos que intenta producir un bien o servicio para satisfacer una necesidad; para ello se necesita definir su rentabilidad o no, éste es el objetivo de la evaluación financiera.

2.10. Rentabilidad

Según el Diccionario económico de Arturo Komiya (2011) : “La rentabilidad es la capacidad que tiene algo para generar suficiente utilidad o ganancia; por ejemplo, un negocio es rentable cuando genera mayores ingresos que egresos, un cliente es rentable cuando genera mayores ingresos que gastos, un área o departamento de empresa es rentable cuando genera mayores ingresos que costos.”

Al analizar una empresa se han de recabar, en primer lugar, un conjunto amplio de datos económicos y financieros, tanto presentes como pasados, tanto de la misma, como de otras empresas del mismo sector o de otros, a fin de evaluar su situación, en términos

absolutos o individuales como relativos, con el fin de estimar, en la medida de lo posible, las potencialidades o los riesgos que pueda presentar la empresa.

2.11. Proyecciones financieras.

Según la revista económica <http://www.definicion-de.es/proyecciones-financieras> (2013): *“La proyección financiera es la estimación de los resultados que puede ofrecer en el futuro una sociedad o un negocio, basándose en datos históricos y en la evolución futura de las variables pertinentes.”*

En todo negocio se deben tener en cuenta las proyecciones financieras, debido a que pronostican los resultados económicos-financieros futuros de la empresa respecto a sus operaciones. Además, a través de las proyecciones financieras se pueden generar diversos escenarios en los que el negocio puede variar, teniendo diferentes estimaciones de los resultados, permitiéndole al gerente identificar los posibles riesgos que pueden impactar en su negocio e implementar estrategias que amortigüen los efectos negativos.

2.12. Estudio técnico.

Según BACA, (2010) *“El estudio técnico es aquel que presenta la determinación del tamaño óptimo de la planta, determinación de la localización óptima de la planta, ingeniería del proyecto y análisis organizativo, administrativo y legal.”*

Tiene por objeto proveer información, para cuantificar el monto de las inversiones y costos de las operaciones relativas en esta área. Una de las conclusiones más importantes derivada en este estudio, es que se deberá definir la función de producción que optimice el empleo de los recursos disponibles en la producción del bien o servicio del proyecto. De aquí podrá obtenerse la información de las necesidades de capital, mano de obra y recursos materiales, tanto para la puesta en marcha como para la posterior operación del proyecto.

2.13. Evaluación financiera.

Según Gabriel Baca (2010): Es “Una de las conclusiones más importantes derivada en este estudio, es que se deberá definir la función de producción que optimice el empleo de los recursos disponibles en la producción del bien o servicio del proyecto. De aquí podrá obtenerse la información de las necesidades de capital, mano de obra y recursos materiales, tanto para la puesta en marcha como para la posterior operación del proyecto.”

Una de las conclusiones más importantes derivada en este estudio, es que se deberá definir la función de producción que optimice el empleo de los recursos disponibles en la producción del bien o servicio del proyecto. De aquí podrá obtenerse la información de las necesidades de capital, mano de obra y recursos materiales, tanto para la puesta en marcha como para la posterior operación del proyecto.

2.14. Flujograma.

Según <http://definicion.mx/flujogramas/> (2011): “El flujograma también es conocido como diagrama de flujo y en este sentido, representa de manera gráfica de un proceso puede responder a diferentes ámbitos: programación informática, procesos dentro de una industria, psicología de la cognición o el conocimiento, economía, entre otros. Por ejemplo, el diagrama de flujo puede ser utilizado para describir paso a paso las operaciones que se realizarán dentro del proceso de fabricación de un producto, o asimismo la perspectiva comercial de una empresa o negocio.”

Un diagrama de flujo o flujograma emplea símbolos y figuras para representar una etapa o un proceso. Se utilizan símbolos con significados bien definidos que representan los pasos de un algoritmo, y representan el flujo de ejecución mediante flechas que conectan los puntos de inicio y de término las flechas tienen que ser verticales u horizontales; los diagramas de flujo es la representación gráfica de los algoritmos, que se llevan a cabo para realizar un determinado propósito.

2.15. Estados financieros

Según Galetto, Alejandra (2010): *“El producto final de la contabilidad son los estados financieros, los cuales resumen la situación económica y financiera de la empresa.*

Siendo estos:

- *Balance de situación.*
- *Estado de resultados.*
- *Estado de flujos de efectivo.*
- *Estado de variaciones en el capital contable.*
- *Notas a los estados financieros. ”*

Los estados financieros son de uso general tanto para la administración como para usuarios en general y se emplean para evaluar la capacidad de la empresa en la generación de activo, para conocer y estudiar su estructura financiera que incluye la liquidez y solvencia para evaluar la contabilidad de la misma.

2.16. Código de trabajo ecuatoriano

Según el Art. 1.: (2014) *“Ámbito de este Código.- Los preceptos de este Código regulan las relaciones entre empleadores y trabajadores y se aplican a las diversas modalidades y condiciones de trabajo.*

Las normas relativas al trabajo contenidas en leyes especiales o en convenios internacionales ratificados por el Ecuador, serán aplicadas en los casos específicos a los que ellos se refieren.”

El código de trabajo contiene normas especiales que determinan las clases de contratos para los trabajadores de la empresa privada o gobierno. Este documento legal establece los roles entre los Gerentes o Representantes frente al personal que tiene bajo su mando. De ahí que el propósito del estudio del Código del Trabajo es conocer y analizar la normativa obviamente en lo referente al trabajo, en su amplia gama de tópicos. Si la fuerza laboral es la que impulsa, dinamiza y mantiene viva la economía de mercado de los pueblos, se precisa nuestra profunda dedicación a su estudio para conocer los derechos y obligaciones del trabajador así como las del empleador. Analizar las garantías con las que cuenta el trabajador ecuatoriano, las mismas que se han ido incrementando paulatinamente, puesto que el legislador ha sido muy sensible a los progresos que en esta materia han ido surgiendo en el ámbito mundial para incorporarlos a nuestra legislación.

2.17. Código tributario ecuatoriano.

Según el Art. 1 (2013): “Ámbito de Aplicación.- Los preceptos de este Código regulan las relaciones jurídicas provenientes de los tributos, entre los sujetos activos y los contribuyentes o responsables de aquellos. Se aplicarán a todos los tributos: nacionales, provinciales, municipales o locales o de otros entes acreedores de los mismos, así como a las situaciones que se deriven o se relacionen con ellos”

El objetivo principal de la economía es desarrollar políticas que puedan resolver los problemas del territorio nacional. Las políticas económicas están dirigidas hacia el acondicionamiento de la actividad económica para evitar que ocurran fluctuaciones en los niveles del empleo y de los precios, así como para crear condiciones necesarias para el desarrollo. La teoría general de la tributación es recaudar los recursos suficientes para financiar el gasto público es el objetivo esencial de la política tributaria. La primera razón de ser de los tributos es producir ingresos para el erario público, sin perjuicio de que al mismo tiempo ellos puedan estructurarse para la consecución de otro tipo de objetivos

2.18. Riesgos del trabajo.

El art. 1 del reglamento del seguro general de riesgos del trabajo (2012) dice: *“Para efectos de la concesión de las prestaciones del Seguro de Riesgos del Trabajo, establecidas en el Estatuto, se considera accidente de trabajo:*

- a) El que se produjere en el lugar de trabajo, o fuera de él con ocasión o como consecuencia del mismo.*
- b) El que ocurriere en la ejecución de órdenes del empleador o por comisión de servicio, fuera del propio lugar de trabajo, con ocasión o como consecuencia de las actividades encomendadas.*
- c) El que ocurriere por la acción de terceras personas o por acción del empleador o de otro trabajador durante la ejecución de las tareas y que tuvieren relación con el trabajo.*
- d) El que sobreviniere durante las pausas o interrupciones de las labores, si el trabajador se hallare a orden o disposición del patrono.*
- e) El que ocurriere con ocasión o como consecuencia del desempeño de actividades gremiales o sindicales de organizaciones legalmente reconocidas o en formación”*

La salud y la seguridad laborales constituyen una disciplina muy amplia que abarca múltiples campos especializados. En su sentido más general, debe tender a:

- El fomento y el mantenimiento del grado más elevado posible de bienestar físico, mental y social de los trabajadores, sea cual fuere su ocupación;
- La prevención entre los trabajadores de las consecuencias negativas que sus condiciones de trabajo pueden tener en la salud;

- La protección de los trabajadores en su lugar de empleo frente a los riesgos a que puedan dar lugar los factores negativos para la salud;
- La colocación y el mantenimiento de los trabajadores en un entorno laboral adaptado a sus necesidades físicas o mentales;
- La adaptación de la actividad laboral a los seres humanos.

En otras palabras, la salud y la seguridad laborales abarcan el bienestar social, mental y físico de los trabajadores, es decir, "toda la persona".

Para que la práctica en materia de salud y seguridad laborales consiga estos objetivos, son necesarias la colaboración y la participación de los empleadores y de los trabajadores en programas de salud y seguridad, y se deben tener en cuenta distintas cuestiones relativas a la medicina laboral, la higiene industrial, la toxicología, la formación, la seguridad técnica, la ergonomía, la psicología, etc.

A menudo, se presta menos atención a los problemas de salud laboral que a los de seguridad laboral, porque generalmente es más difícil resolver aquéllos, ahora bien, cuando se aborda la cuestión de la salud, también se aborda la de la seguridad, porque, por definición, un lugar de trabajo saludable es también un lugar de trabajo seguro. En cambio, puede que no sea cierto a la inversa, pues un lugar de trabajo considerado seguro no es forzosamente también un lugar de trabajo saludable. Lo importante es que hay que abordar en todos los lugares de trabajo los problemas de salud y de seguridad. En términos generales, la definición de salud y seguridad laborales que ha dado abarca tanto la salud como la seguridad en sus contextos más amplios.

2.19. Plan de Marketing.

Según la American Marketing Association (A.M.A.) (2011): “el plan de mercadotecnia es un documento compuesto por un análisis de la situación de mercadotecnia actual, el análisis de las oportunidades y amenazas, los objetivos de mercadotecnia, la estrategia de mercadotecnia, los programas de acción y los ingresos proyectados (el estado proyectado de pérdidas y utilidades). Este plan puede ser la única declaración de la dirección estratégica de un negocio, pero es más probable que se aplique solamente a una marca de fábrica o a un producto específico. En última situación, el plan de mercadotecnia es un mecanismo de la puesta en práctica que se integra dentro de un plan de negocio estratégico total.”

El plan de marketing es la herramienta básica de gestión que debe utilizar toda empresa orientada al mercado que quiera ser competitiva. En su puesta en marcha quedarán fijadas las diferentes actuaciones que deben realizarse en el área del marketing, para alcanzar los objetivos marcados. Éste no se puede considerar de forma aislada dentro de la compañía, sino totalmente coordinado y congruente con el plan estratégico, siendo necesario realizar las correspondientes adaptaciones con respecto al plan general de la empresa, ya que es la única manera de dar respuesta válida a las necesidades y temas planteados

2.19.1. Ventas

La American Marketing Association, (2010) define la venta como: *“el proceso personal o impersonal por el que el vendedor comprueba, activa y satisface las necesidades del comprador para el mutuo y continuo beneficio de ambos (del vendedor y el comprador)”*

Las ventas son el corazón de cualquier negocio, es la actividad fundamental de cualquier emprendimiento comercial; se trata de llegar a los compradores con la mejor predisposición de concretar negocios. Para algunos la venta es una especie de arte basado en la persuasión, para otros es más una ciencia basada en un enfoque metodológico en el cual se siguen una serie de pasos hasta lograr que el cliente potencial se convenza de que el producto

o servicio ofertado le llevará a lograr sus objetivos financieros de una forma económica y eficiente.

2.19.2. Precio.

Según Ricardo Romero, (2009) *el precio de un producto es el "importe que el consumidor debe pagar al vendedor para poder poseer dicho producto".*

El precio es el valor, expresado en dinero de un bien o servicio ofrecido en el mercado. La fijación de precios es una labor extremadamente difícil, por lo que se recomienda Fijar un rango dentro del cual puede estar y examinar el efecto de distintos valores, dicho rango tiene sobre la cuantía de la demanda futura, empleando para ello el concepto de elasticidad precio de la demanda.

2.19.3. Competencia

Según el glosario de mercadotecnia (2012) "Se denomina competencia a un conjunto de compañías que coinciden en un mismo nicho del mercado u ofrecen productos similares. Existen diferentes niveles de competencia de acuerdo a la interacción comercial de las empresas en el mercado y dependiendo de si la competencia se origina entre marcas, productos o necesidades. Por lo general, la competencia origina una mayor oferta y deriva en la repartición del mercado."

Se conoce como competencia al conjunto de empresas que ofrecen productos iguales o similares a los de nuestra empresa o producen bienes "sustitutos" que reemplazan en el consumo los productos o servicios ofertados. Es usual que cuando se habla de competencia venga a la mente empresas que son nuestra directa competencia: aquellas que producen o comercializan los mismos productos. Pero la competencia no se limita al caso de las empresas que compiten directamente con el mismo tipo de productos o servicios, también se considera competencia a las empresas que ofrecen productos que pueden sustituirlos.

También deben ser consideradas como competencia todas aquellas medidas y acciones que impiden que el bien o servicio producido llegue al mercado. Hay que tener presente que no siempre los competidores recurren a métodos éticamente aceptables, muchas veces aprovechan ciertos vacíos legales para emplear métodos cuestionables. En previsión de cualquier sorpresa, siempre debe prestar mucha atención a las acciones que tomen los competidores, especialmente en aquellas que puedan influir en la distribución la publicidad y ventas.

2.19.4. Publicidad

Según la American Marketing Association, (2012) la publicidad consiste en: "la colocación de avisos y mensajes persuasivos, en tiempo o espacio, comprado en cualesquiera de los medios de comunicación por empresas lucrativas, organizaciones no lucrativas, agencias del estado y los individuos que intentan informar y/o persuadir a los miembros de un mercado meta en particular o a audiencias acerca de sus productos, servicios, organizaciones o ideas"

Dentro del marketing la publicidad es considerada el medio más efectivo para llamar la atención del público requerido. Para llevar a cabo esta función son contratados publicistas y agencias especializadas en el tema. Estos tienen como objetivo crear un anuncio publicitario que luego será publicado en diversos medios, sea mediante panfletos, radio, televisión, etc. Actualmente uno de los medios más utilizado es Internet.

Sin embargo la publicidad tal como se la conoce surge a partir de los últimos años del siglo XIX. Esto se debe a la segunda Revolución Industrial y a la necesidad de dirigirse hacia la mayor cantidad de individuos que sea posible. Además es en esta época los medios de comunicación comienzan a tener un gran desarrollo, que a su vez necesitan ser financiados, es por ello que se considera que se formó una especie de asociación entre los medios y la publicidad. Luego de la segunda Guerra Mundial surge una nueva explosión en el

mundo de la publicidad, donde comienzan a ser muchas técnicas y medios que aún se utilizan.

2.20. Mantenimiento.

Es la prevención de accidentes y lesiones en el trabajador ya que tiene la responsabilidad de mantener en buenas condiciones, la maquinaria y herramienta, equipo de trabajo, lo cual permite un mejor desenvolvimiento y seguridad evitando en parte riesgos en el área laboral. Conjunto de operaciones y cuidados necesarios para que instalaciones, edificios, industrias, etc., puedan seguir funcionando adecuadamente. Comprende todas aquellas actividades necesarias equipos e instalaciones en una condición particular condición.

2.21. Labores de mantenimiento en una empresa.

El mantenimiento representa una inversión que a mediano y largo plazo acarreará ganancias para el empresario a quien esta inversión se le revertirá en mejoras en su producción, sino también el ahorro que representa tener un trabajadores sanos e índices de accidentalidad bajos. El mantenimiento representa un arma importante en seguridad laboral, ya que un gran porcentaje de accidentes son causados por desperfectos en los equipos que pueden ser prevenidos. Finalidad del Mantenimiento Conservar la planta industrial con el equipo, los edificios, los servicios y las instalaciones en condiciones de cumplir con la función para la cual fueron proyectados con la capacidad y la calidad especificadas, pudiendo ser utilizados en condiciones de seguridad y economía de acuerdo a un nivel de ocupación y a un programa de uso definidos por los requerimientos de Producción.

2.21.1. Tipos de mantenimiento y organización.

- **Mantenimiento Correctivo:** Comprende el que se lleva a cabo con el fin de corregir (reparar) una falla en el equipo. Se clasifica en:
 - a) No planificado
 - b) Planificado
- **Mantenimiento Preventivo:** Cubre todo el mantenimiento programado que se realiza con el fin de:
 - a) Prevenir la ocurrencia de fallas.
 - b) Detectar las fallas antes de que se desarrollen en una rotura u otras interferencias en producción.
- **Mantenimiento de Mejora (DOM):** Consiste en modificaciones o agregados que se pueden hacer a los equipos, si ello constituye una ventaja técnica y/o económica y si permiten reducir, simplificar o eliminar operaciones de mantenimiento.
- **Mantenimiento de Oportunidad:** Aprovechando la parada de los equipos por otros motivos y según la oportunidad calculada sobre bases estadísticas, técnicas y económicas, se procede a un mantenimiento programado de algunos componentes predeterminados de aquéllos.
- **Mantenimiento Productivo Total (T.P.M.):** Es un sistema de organización donde la responsabilidad no recae sólo en el departamento de mantenimiento sino en toda la estructura de la empresa "El buen funcionamiento de las máquinas o instalaciones depende y es responsabilidad de todos".

2.22. Limpieza

Según Wikipedia (2013): “ *Limpieza es el estado abstracto de estar limpio y libre de suciedad, y el proceso de alcanzar y mantener dicho estado.* ”

2.22.1. Detersión

Según Wikipedia: (2013) “*Para conseguir la limpieza hay que eliminar todo tipo de suciedad, a la acción de eliminar la suciedad se le llama detersión, limpiar o hacer limpieza.*”

2.22.2. Lavado

Según Wikipedia: (2013) “El lavado es una de las formas de conseguir la limpieza, usualmente con agua más algún tipo de jabón o detergente. En tiempos más recientes, desde la teoría microbiana de la enfermedad, también se refiere a la ausencia de gérmenes.

En la industria, ciertos procesos, como los relacionados a la manufactura de circuitos integrados, requieren condiciones excepcionales de limpieza que son logradas mediante el trabajo en salas blancas.”

Para cumplir con estos propósitos se deberá cumplir con las exigencias estéticas; restablecer el normal funcionamiento de las instalaciones y utensilios tras su actividad, prolongar la vida útil de las instalaciones y utensilios; asegurar la calidad óptima de los alimentos frente a influencias químicas

2.22.3. Técnicas de limpieza y desinfección

Según <http://www.salud.gob.mx/unidades/cdi/documentos> (2012).” Aunque la desinfección da lugar a la reducción del número de microorganismos vivos, generalmente no mata las esporas bacterianas. Un desinfectante eficaz reduce el número de microorganismos a un nivel que no

perjudica la salud. Ningún procedimiento de desinfección puede dar resultados plenamente satisfactorios, a menos que a su aplicación le preceda una limpieza completa”

Todo método de limpieza debe adaptarse a la suciedad y al objeto que se trata de limpiar. Así las superficies planas se limpian in situ; recipientes y utensilios pequeños en máquinas limpiadoras y los grandes depósitos e instalaciones cerradas, se limpian sin tener que desmontar la instalación, sistema CIP (cleaning in place).

El grado de mecanización representa la cuantía en que medios técnicos auxiliares sustituyen a la participación manual de la limpieza.

- Métodos manuales

Se eligen escobas y cepillos de materia imputrescible, con mangos inalterables.

Entre ellos se encuentran:

- a) Barrido en húmedo.
- b) Escoba de flecos.
- c) Escoba en T.
- d) Cepillos de mano.
- e) Rasquetas.

- Métodos mecánicos

- a) Rociado y pulverizado.
- b) Enjuagado.
- c) Otros: Inversión y rellenado, ultrasonidos, tratamiento con espuma y gel.

2.22.4. Desinfección

Según <http://www.definicionabc.com>: “La palabra desinfección hace referencia al proceso mediante el cual, a partir del uso de sustancias desinfectantes, se limpia y acondiciona un espacio o superficie para su uso apropiado. La desinfección puede ser más o menos agresiva dependiendo del tipo de material o implementos que se utilicen en él: en algunos casos, las personas y animales que vivan en ese espacio deben abandonarlo por un par de horas mientras que en otros casos tal situación no es necesaria.”

La desinfección reduce el número de microorganismos vivos presentes en equipos y superficies, no hay que confundirlo con una esterilización (eliminación de gérmenes). En general no mata a todos los microorganismos, pues pueden quedar vivas esporas bacterianas; no obstante, disminuye su capacidad de agresión hasta niveles que no resultan nocivos, ningún procedimiento de desinfección puede ser totalmente eficaz si no va precedido de unos cuidados limpieza.

Un factor muy importante a tener en cuenta es la rotación de los productos empleados, pues el uso continuado de un mismo producto puede dar lugar a la selección de microorganismos resistentes al mismo.

2.22.5. Plan de limpieza y desinfección.

Según Programas De Limpieza Y Desinfección. Buenas Tareas.com (2012): “Un programa de limpieza y desinfección, es un conjunto de actividades que son aplicadas a cada una de las áreas de proceso para eliminar o disminuir a un mínimo aceptable la carga microbiana presente en los equipos, personal, planta física y en el ambiente donde se realiza el proceso; además de mejorar la atmósfera de trabajo, haciéndola, más agradable, y optimizar la calidad sanitaria de los productos.

Es importante mantener todo limpio, ya que el propio trabajo crea un flujo microbiano.

Estos microorganismos vienen del exterior:

- Con materias u objetos contaminados.
- Con el aire, el agua
- Con el hombre mismo, que se comporta como reservorio natural de las bacterias

La implementación del programa de limpieza y desinfección debe responderá las necesidades y exigencias de la empresa, por tanto es muy importante conocer los principios de limpieza y desinfección para evitar la contaminación de los productos.”

Todas las empresas tienen que tener establecido el Plan de Limpieza y Desinfección (PLD). En él se explica quién, cómo y con qué se debe hacer la limpieza de los locales y de los instrumentos de trabajo y como se realiza el control de la misma.

La limpieza y desinfección de instalaciones, equipos y útiles tiene como finalidad reducir el número de microorganismos y así evitar la contaminación de los alimentos. La limpieza es el procedimiento encaminado a eliminar la suciedad visible, los desperdicios, los restos de comida y grasa.

La desinfección es el procedimiento utilizado para eliminar o reducir al mínimo los microorganismos que puedan contaminar los alimentos. Para realizarla correctamente se utilizan productos desinfectantes como la lejía y requiere de una limpieza previa.

Una correcta limpieza y desinfección requiere:

- Eliminación previa de la suciedad más visible, sin aplicar ningún producto, para facilitar posteriormente el uso de detergentes.

- Enjuague previo antes de aplicar cualquier producto, preferiblemente con agua caliente.
- Aplicación de detergente o desengrasante siguiendo las indicaciones del fabricante que figuren en el etiquetado.
- Aclarado para retirar los restos de suciedad y detergentes.
- Aplicación de desinfectante, siendo igualmente fundamental el tiempo de aplicación y concentración del mismo indicado por el fabricante.
- Aclarado final, para los productos que lo requieran como desinfectantes clorados y lejías.
- Secado. Realizado lo antes posible y usando materiales de un solo uso (papel desechable).
- En bares, restaurantes etc., cuando se utilicen vasos, platos y cubiertos que no sean de un solo uso, se debe utilizar lavavajillas seleccionando temperaturas del agua altas (entre 60° y 65° C y 85° C para el aclarado).
- La limpieza y desinfección de las superficies (mesas de trabajo, tablas de corte, etc.), utensilios (cuchillos, cacerolas, sartenes, etc.) y maquinaria (cortadoras, picadoras, etc.) que hayan estado en contacto directo con los alimentos es fundamental, y deberá ser diaria.
- La limpieza y desinfección de otras secciones (como cámaras, despensas, frigoríficos, etc.), y de las instalaciones (como suelos, paredes, techos, etc.), si no se ensucian a diario, podrá ser periódica. Esta periodicidad la determinará el responsable del establecimiento que contratará o elaborará y aplicará un programa de limpieza y desinfección.

- Los productos de limpieza, desinfección, desinsectación, desratización o cualquier sustancia peligrosa, se almacenarán en un lugar separado, donde no exista riesgo alguno de contaminación de los productos alimenticios y estarán debidamente identificados

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1. Introducción

El estudio de mercado es una herramienta que sirve de base para los otros planes de la empresa, por ejemplo, el plan de producción o el financiero; asigna responsabilidades, permite revisiones y controles periódicos para resolver los problemas con anticipación. Brinda un escenario probable sobre el cual se pueden determinar objetivos alcanzables y que en un mercado cada vez más competitivo hay menos espacio para el error y falta de previsión, por ello el Estudio de Mercado se convierte en un poderoso instrumento de gestión para la empresa.

3.2. Objetivos del estudio de mercado

El presente estudio de mercado estará sujeto al cumplimiento de los siguientes objetivos:

3.2.1. Objetivo general

Realizar el estudio del proyecto analizando ciertas variables tales como oferta y demanda en la ciudad de Ibarra, Provincia de Imbabura, y establecer la realidad de los servicios de limpieza y mantenimiento ofertados a las empresas y poder tomar una decisión adecuada, a través del planteamiento de estrategias.

3.2.2. Objetivos específicos

- Establecer los posibles consumidores de los tipos de servicios de mantenimiento y limpieza que se plantean en el estudio.
- Analizar la existencia de entidades dedicadas al mantenimiento y limpieza, en la Ciudad de Ibarra.
- Verificar la satisfacción de la demanda insatisfecha en el mercado.
- Determinar el precio adecuado a los servicios ofertados.

3.3. Matriz del estudio de mercado

En este proceso se van a identificar las variables que inciden directamente en la evaluación de la aceptación, diversificación, competencias y proyección de los servicios a ofertarse con este estudio.

3.3.1. Variables del estudio de mercado.

Después de haber realizado las etapas principales del diagnóstico se ha podido determinar las siguientes variables, mismas que se detallan a continuación:

- Mercado.
- Competencia y servicio.
- Introducción del servicio.
- Nivel de satisfacción.

3.3.2. Indicadores o subaspectos que definen a las variables

- **MERCADO.**

- Mercado Objetivo.
- Mercado Potencial.
- Competencia.
- Ventas (Demanda – Oferta)

- **SERVICIO**

- Variedad.
- Tecnología.
- Calidad.
- Garantía.

- **NIVEL DE ACEPTACIÓN**

- Calidad
- Políticas de salubridad
- Diversificación de servicios

- **PRECIO**

- Estrategias de introducción.
- Marketing (Publicidad y promoción)
- Aceptación del producto
- Contratación del servicio.

3.3.3. Matriz diagnóstica del estudio de mercado.

Cuadro N° 2

Matriz diagnóstica del estudio de mercado.

OBJETIVO	VARIABLE	INDICADORES	FUENTES DE INFORMACIÓN	TÉCNICA	SUJETOS
Estudiar la existencia de los clientes que podrían requerir los servicios de la empresa	Mercados	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Mercado Objetivo ▪ Mercado Potencial ▪ Competencia ▪ Ventas 	Primaria y Secundaria	Encuestas Internet	Entidades públicas y privadas de Ibarra
Determinar si el servicio a prestar cuenta con un adecuado proceso desde el comienzo de su prestación hasta el momento de su recaudación	Servicio	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Variedad ▪ Costos ▪ Tecnología. ▪ Equipos de protección. ▪ Garantía. 	Primaria y Secundaria	Encuestas	Entidades públicas y privadas de Ibarra
Establecer el nivel de satisfacción de la demanda insatisfecha con la prestación de los servicios de limpieza y mantenimiento.	Nivel de aceptación	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Calidad ▪ Políticas de salubridad ▪ Diversificación de servicios. 	Primaria y Secundaria	Encuestas Internet	Entidades públicas y privadas de Ibarra
Determinar el precio adecuado a los servicios ofertados.	Precio	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Estrategias de introducción. ▪ Marketing (Publicidad y promoción) ▪ Aceptación del producto ▪ Contratación del servicio. 	Primaria y secundaria	Encuestas Internet	Entidades públicas y privadas de Ibarra

Elaborado por: Los autores

3.4. Presentación

La imagen corporativa de una institución es un factor muy importante para poder atender a los clientes, brindándole un buen trato y satisfaciendo las necesidades de éste, para ello se debe poner particular atención en muchos factores que la mayoría de veces no son las más apropiadas.

Es por desconocimiento o por falta de tiempo que las empresas no poseen ni el material ni las herramientas necesarias para realizar las labores de limpieza o mantenimiento idóneo de sus áreas de trabajo. Si bien es cierto existen personas o grupos que se dedican a esto, ninguna de éstas ofrece estos servicios de manera conjunta, por lo cual las empresas recurren a varias instancias para solventar sus necesidades, podría decirse que se malgasta el tiempo y recursos que serían más útiles en otras exigencias de la empresa.

Por lo mismo, el presente estudio se lo está realizando con el objetivo de entregar una herramienta para ofertar una gama diversa de servicios que las empresas requieran y que éstos sean cumplidos a cabalidad y cuidado apropiado de sus instalaciones observando la funcionalidad de cada uno de sus espacios.

Con esto se puede observar la aceptación en el mercado de este tipo de empresa, a través de la determinación de demanda insatisfecha y estableciendo la factibilidad del proyecto; aportando al sector productivo de nuestra provincia con la apertura de un ente que genere trabajo para varias personas y disponga de un plan de innovación permanente en este ramo.

3.5. Identificación del servicio

La buena presentación e imagen de una entidad es fundamental dentro de la captación y retención de clientes, siendo ésta la función principal de las empresas de servicios o comerciales; el aspecto que muestren al público influye directamente con la realización de negocios.

Al ser creada esta empresa brindara los siguientes servicios, los cuales se van a describir en forma esquemática:

3.5.1. Servicios de limpieza:

En ocasiones los clientes se interesan en un servicio de re-acondicionamiento y mantenimiento periódico de los pisos, sean estos de mármol, granito, baldosa, cerámica, porcelanato o cualquier otro tipo o también puede ser alfombras aquí se encarga de hacer un trabajo profesional de lavado y posterior mantenimiento periódico, de acuerdo a las fibras y características de las mismas.

Se encontrará enfocada en la personalización los servicios de acuerdo a las necesidades del cliente, elaborando los procesos de trabajo de forma eficiente y apropiada para cada negocio, reduciendo costes y aumentando su eficacia.

3.5.2. Servicios de mantenimiento (obra civil):

Como consecuencia del uso y del envejecimiento de los activos inmobiliarios de las compañías es necesario disponer de una rama que mantenga en perfecto estado todos sus elementos, desde la pintura, pequeñas reformas, instalaciones eléctricas, etc.

3.5.3. Servicio de mantenimiento de jardín:

Mediante este servicio se realiza el mantenimiento de las zonas verdes de la empresa.

3.6. Mercado meta

La principal falencia que se desea remediar al realizar el presente proyecto es proporcionar a las entidades del sector público o privado una empresa que ofrezca servicios limpieza y mantenimiento de calidad y a precios asequibles. En el caso de esta empresa el mercado meta está identificado para las oficinas de las instituciones públicas y privadas de la ciudad de Ibarra a las que se dirigirán los esfuerzos de marketing con la finalidad de lograr los objetivos que se ha propuesto.

3.7. Cálculo de la muestra.

La población a ser investigada, son las instituciones tanto públicas y privadas de la ciudad de Ibarra, que se encuentran inscritas en la Superintendencia de Compañías y que mediante consulta en su página web da como resultado un total de 394 entidades registradas y en funciones, por lo que se hace necesario realizar el siguiente cálculo:

La fórmula a utilizar es la siguiente:

$$n = \frac{Z^2 * \delta^2 * N}{(e^2)(N-1) + Z^2 \delta^2}$$

Simbología:

N = Tamaño de la población

n = Tamaño de la muestra

e = Error máximo admisible del tamaño de la muestra (0,05)

δ = Varianza

Z = Nivel de confianza

Datos:

N = 394

$\delta^2 = 0,25$

Z = 95% 1,96

e = 5% 0,05

$$n = \frac{(1,96)^2 (0,25) (396)}{(0,05^2)(396-1) + (1,96)^2 (0,25)}$$

$$n = 195$$

Aplicando la fórmula, da como muestra 195 empresas ubicadas en la ciudad de Ibarra a las que se debe levantar la información.

De las cuales se tomarán en cuenta para realizar las encuestas a:

- Personal administrativo y/o encargados de mantenimiento y limpieza de entidades públicas o privadas.

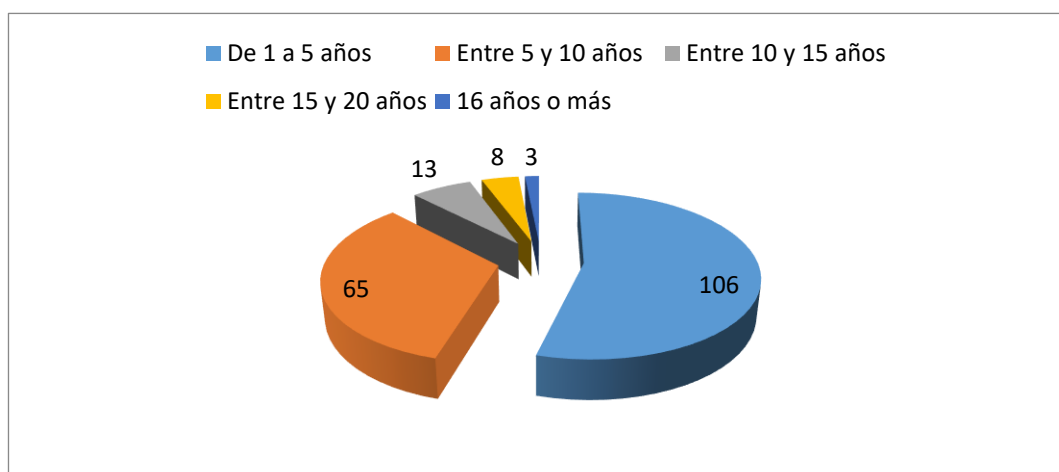
3.8. Tabulación, presentación e interpretación de resultados de la encuesta.

La tabulación de las 195 encuestas realizadas al personal delegado en cada empresa escogida al azar en Julio del 2013 se resumió en los cuadros de frecuencias y los gráficos estadísticos que se encuentran a continuación:

Tabla N° 19***Mercado potencial***

PREGUNTA	RESPUESTA	FRECUENCIA %	
1. ¿Cuánto tiempo de creación tiene su institución?	De 1 a 5 años	106	54%
	Entre 5 y 10 años	65	33%
	Entre 10 y 15 años	13	7%
	Entre 15 y 20 años	8	4%
	16 años o más	3	2%
		195	100%

Fuente: Encuesta realizada.
Elaborado por: Los autores.

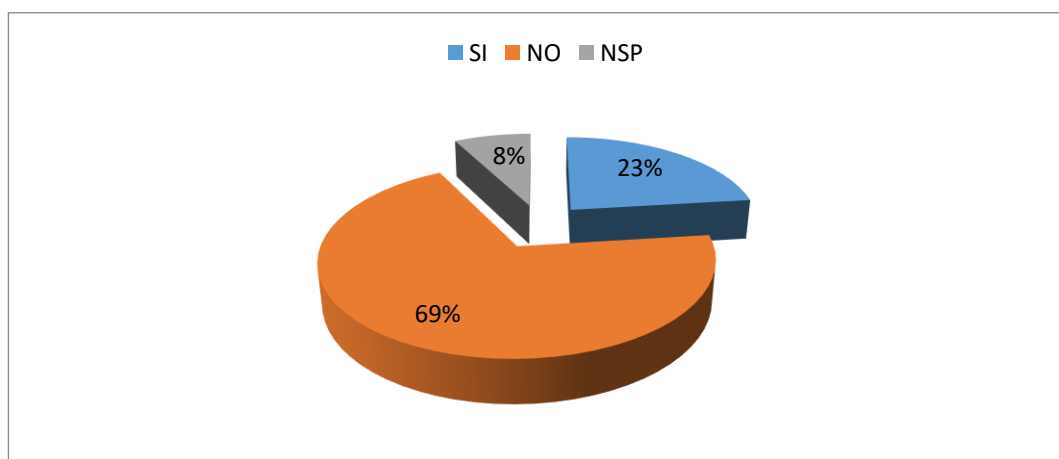
Gráfico N° 17***Mercado potencial*****Análisis:**

Mediante esta gráfica se observa que la mayoría de las entidades tiene una duración en el mercado de 5 a 10 años, es decir son empresas que son relativamente nuevas, pero con un mercado creciente, para lo cual deben aprovechar todas las oportunidades para mejorar su aspecto exterior, un porcentaje significativo tiene más de 10 años en el mercado, y porcentajes mínimos tienen más tiempo de laborar en la ciudad.

Tabla N° 20**Mercado objetivo**

PREGUNTA	RESPUESTA	FRECUENCIA	%
2. ¿Tiene asignado un presupuesto para las labores de limpieza y mantenimiento de su empresa?	SI	45	23%
	NO	135	69%
	NSP	15	8%
		195	100%

Fuente: Encuesta realizada.
Elaborado por: Los autores.

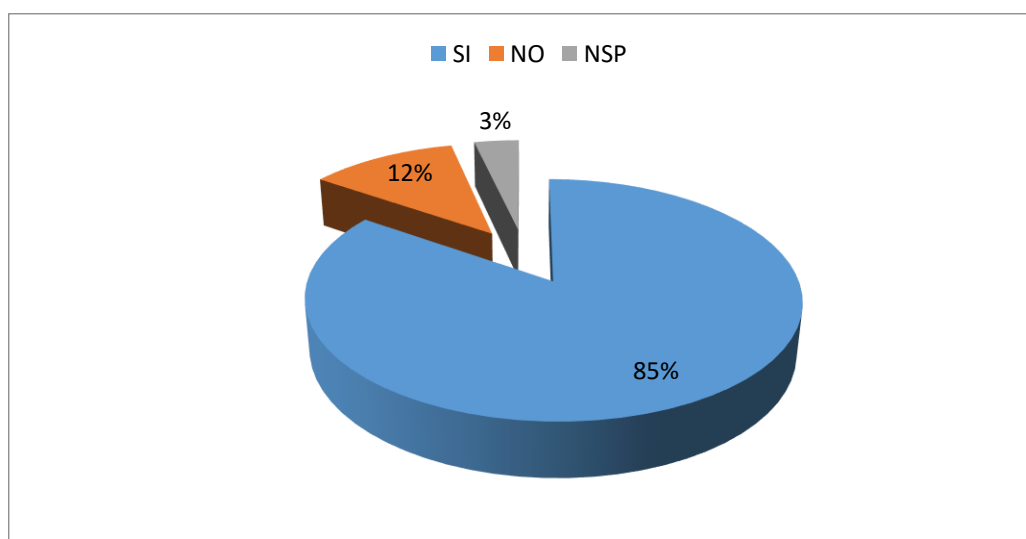
Gráfico N° 18**Mercado objetivo****Análisis:.**

En este gráfico se analiza que un gran porcentaje de las empresas no tienen un presupuesto asignado para las labores de limpieza y mantenimiento, y más bien se contratan estos servicios según amerite la situación, debiendo destinar recursos económicos que no son previstos con anterioridad, un menor porcentaje si tiene un presupuesto asignado, y en menor número no se han pronunciado,

Tabla N° 21**Competencia**

PREGUNTA 3	RESPUESTA	FRECUENCIA	%
3. ¿Dentro de la institución existe alguna persona permanente encargada de la limpieza de las instalaciones?	SI	165	85%
	NO	23	12%
	NSP	7	4%
		195	100%

Fuente: Encuesta realizada.
Elaborado por: Los autores.

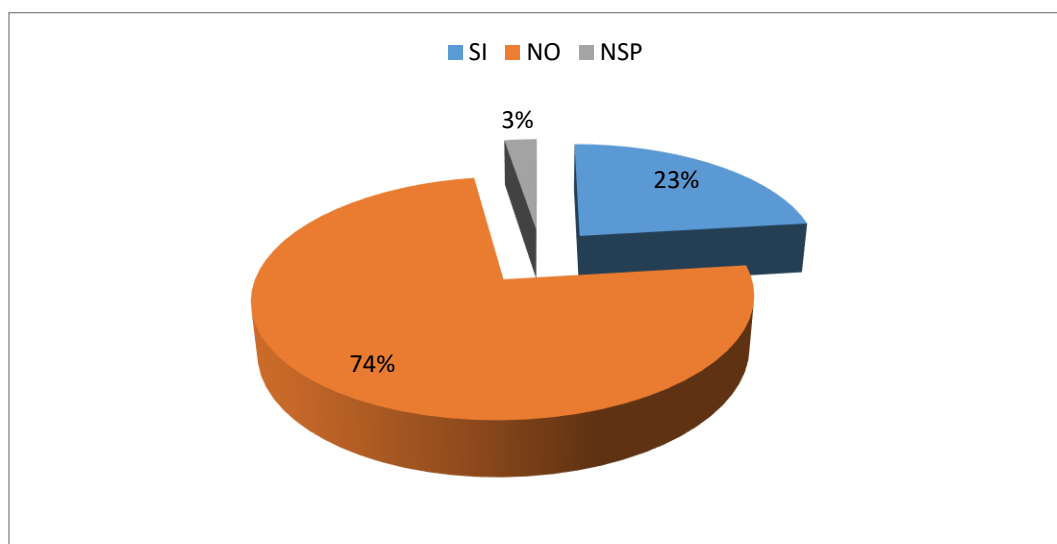
Gráfico N° 19**Competencia****Análisis.**

Con esta pregunta se detecta que un número grande de entidades designa a una persona para realizar la limpieza de las instalaciones, dejando de lado las habilidades o preparación de éstas para realizar dichas labores, un porcentaje bajo no designa a ninguna persona para que realice estas tareas y un mínimo número de entidades no se pronunció.

Tabla N° 22**Ventas**

PREGUNTA 4	RESPUESTA	FRECUENCIA	%
4. Ha solicitado estos servicios a una empresa especializada?	SI	45	23%
	NO	145	74%
	NSP	5	3%
		195	100%

Fuente: Encuesta realizada.
Elaborado por: Los autores.

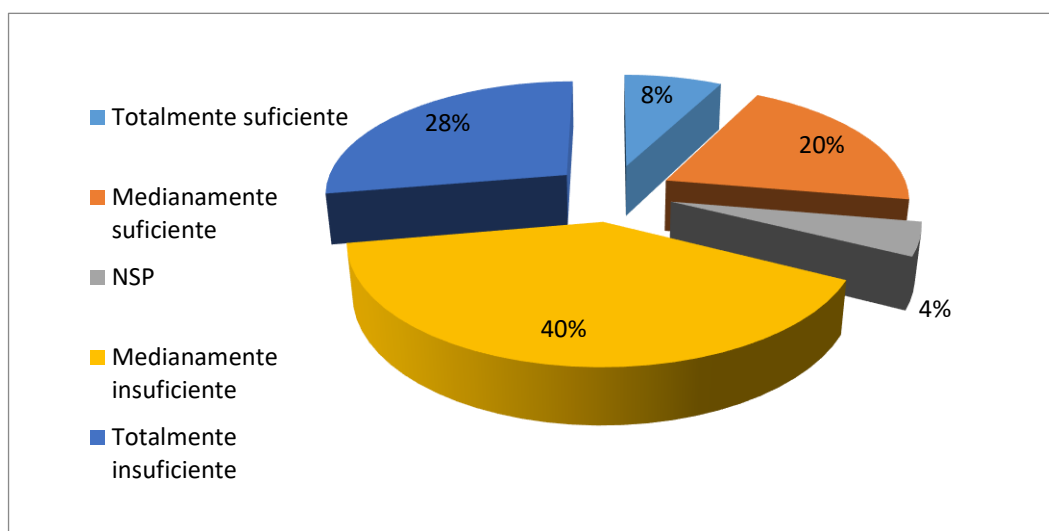
Gráfico N° 20**Ventas****Análisis**

En este gráfico se analiza que un gran porcentaje de las empresas no ha solicitado los servicios de limpieza y mantenimiento a una empresa especializada y el personal encargado no mantiene una relación de dependencia con la institución a la cual provee sus servicios, y una tercera parte de las instituciones no contrata a personas ni ha consultado empresas que específicamente brinden estos servicios.

Tabla N° 23**Tecnología**

PREGUNTA 5	RESPUESTA	FRECUENCIA	%
5. Las personas que realizan las labores de limpieza y mantenimiento cuentan con las herramientas necesarias de forma:	Totalmente suficiente	15	8%
	Medianamente suficiente	39	20%
	NSP	9	5%
	Medianamente insuficiente	78	40%
	Totalmente insuficiente	54	28%
		195	100%

Fuente: Encuesta realizada.
Elaborado por: Los autores.

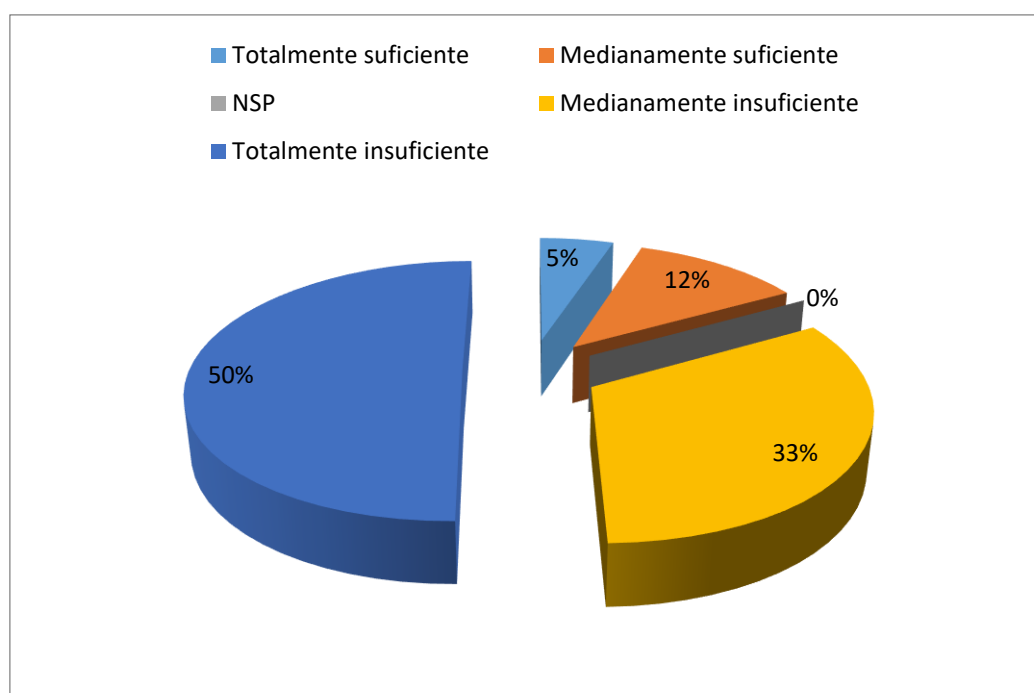
Gráfico N° 21**Tecnología****Análisis:**

Un gran porcentaje de los encuestados coinciden en la mediana utilización de materiales y herramientas adecuados para la realización de sus labores, es decir trabajan con los materiales justos y no ofrecen ningún valor agregado a las entidades, un valor bajo contestó que dentro de las empresas poseen un servicio adecuado con los materiales apropiados, y un porcentaje similar confirmó el escaso uso de materiales de limpieza apropiados.

Tabla N° 24**Equipos de protección**

PREGUNTA 6	RESPUESTA	FRECUENCIA	%
6. Quienes efectúan labores de limpieza y mantenimiento usan equipo de protección apropiado para el desarrollo de sus labores?	Totalmente suficiente	10	5%
	Medianamente suficiente	23	12%
	NSP	0	0%
	Medianamente insuficiente	64	33%
	Totalmente insuficiente	98	50%
		195	100%

Fuente: Encuesta realizada.
Elaborado por: Los autores.

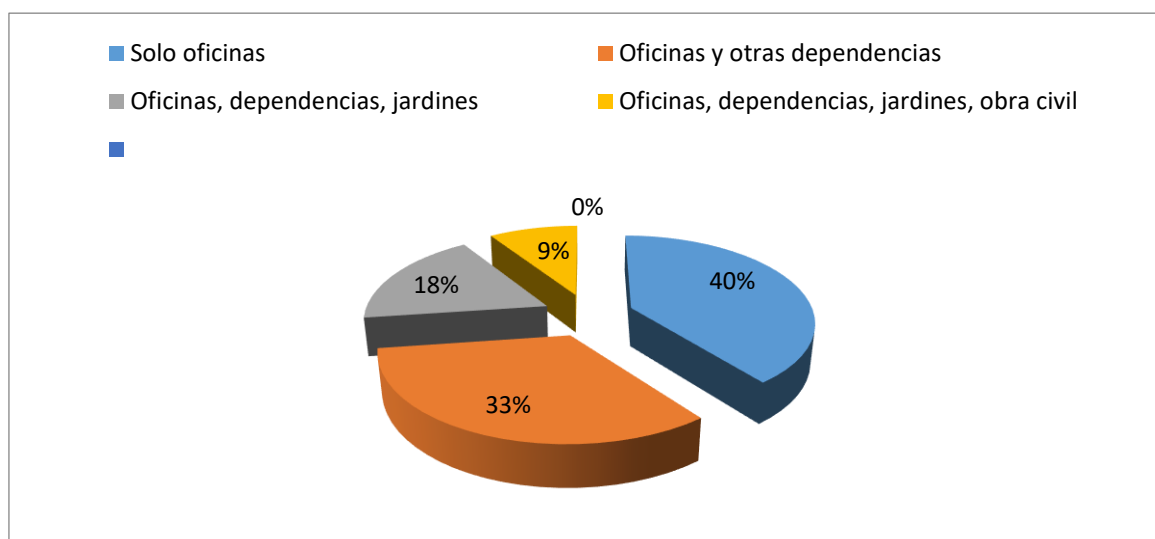
Gráfico N° 22**Equipos de protección****Análisis**

En esta pregunta se puede observar que un muy buen porcentaje de quienes realizan las labores de limpieza no cuentan con equipo de protección apropiados para sus labores, un número menor cuenta con lo básico para su protección, un porcentaje muy bajo no posee casi ningún equipo de protección, y en un porcentaje igualmente bajo no se pronunció.

Tabla N° 25**Diversificación**

PREGUNTA 7	RESPUESTA	FRECUENCIA	%
7. El personal de limpieza de su institución realiza labores en:	Solo oficinas	77	39%
	Oficinas y otras dependencias	65	33%
	Oficinas, dependencias, jardines	35	18%
	Oficinas, dependencias, jardines, obra civil	18	9%
		195	100%

Fuente: Encuesta realizada.
Elaborado por: Los autores.

Gráfico N° 23**Diversificación****Análisis:**

En la gran parte de las empresas encuestadas, según estos resultados, quienes se encargan de los servicios de mantenimiento y limpieza lo hacen en las oficinas de la entidad, y un porcentaje restante lo realizan en las oficinas y otras dependencias como cocinas, cafeterías, hall, etc.; y se dejan a un lado los trabajos que se deben realizar en jardines y obra civil en los exteriores de las instituciones.

Tabla N° 26

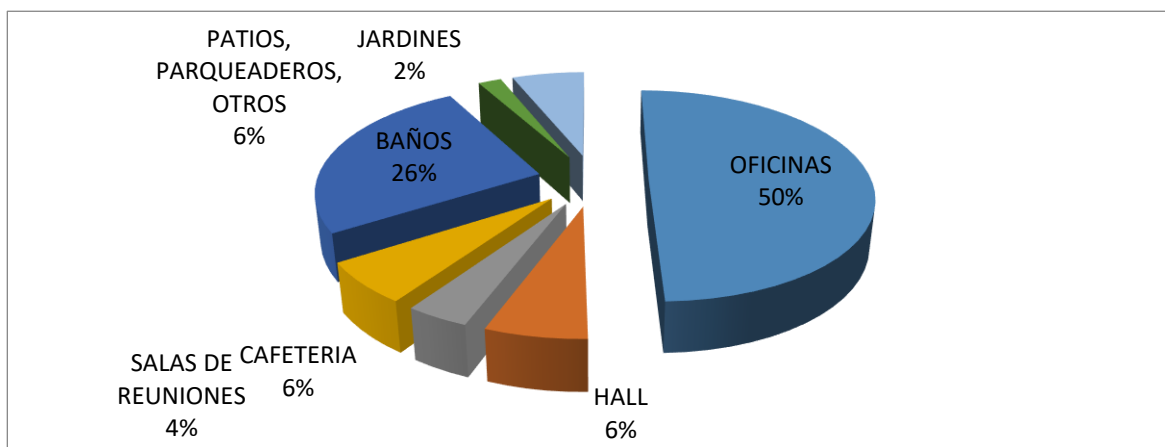
Ventas

PREGUNTA 8	RESPUESTA	FRECUENCIA	%
8. ¿Cuántos espacios de su empresa necesitan permanentes servicios de limpieza? Por favor indique el número de espacios:	OFICINAS	450	50%
	HALL	56	6%
	SALAS DE REUNIONES	35	4%
	CAFETERIA	57	6%
	BAÑOS	235	26%
	JARDINES	18	2%
	PATIOS, PARQUEADEROS, OTROS	56	6%
		907	100%

Fuente: Encuesta realizada.
Elaborado por: Los autores.

Gráfico N° 24

Ventas



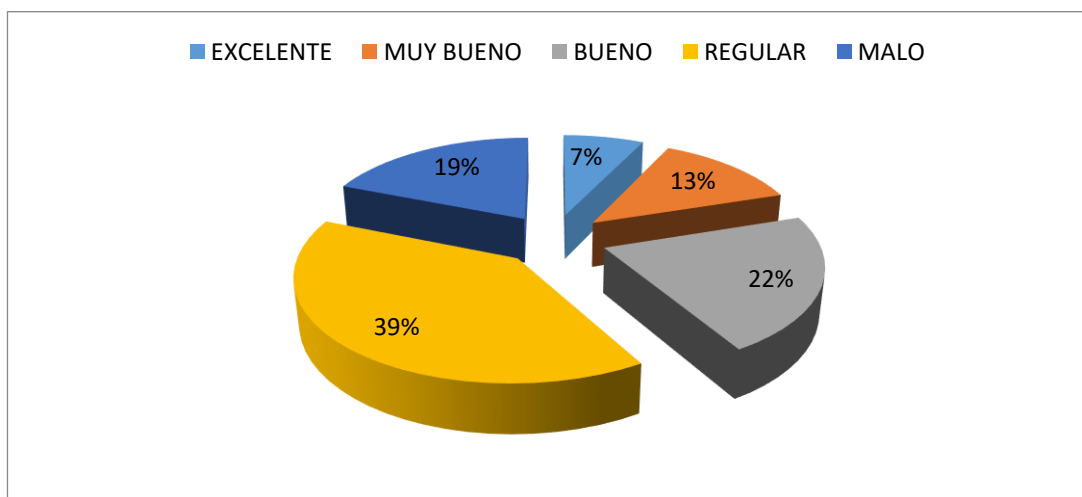
Análisis:

Con los resultados de esta pregunta se observa la cantidad de dependencias dentro de las empresas, cada uno de los encuestados indicó el número de áreas que necesitan de los servicios dando como resultado que la mitad de las dependencias a cubrir son oficinas, un menor porcentaje los baños, en porcentajes menores se dedicará a salas de reuniones, hall, jardines y otros.

Tabla N° 27**Calidad**

PREGUNTA 9	RESPUESTA	FRECUENCIA	%
9. Según su criterio los servicios prestados por el personal de limpieza y mantenimiento actual es:	EXCELENTE	14	7%
	MUY BUENO	25	13%
	BUENO	42	22%
	REGULAR	77	39%
	MALO	37	19%
		195	100%

Fuente: Encuesta realizada.
Elaborado por: Los autores.

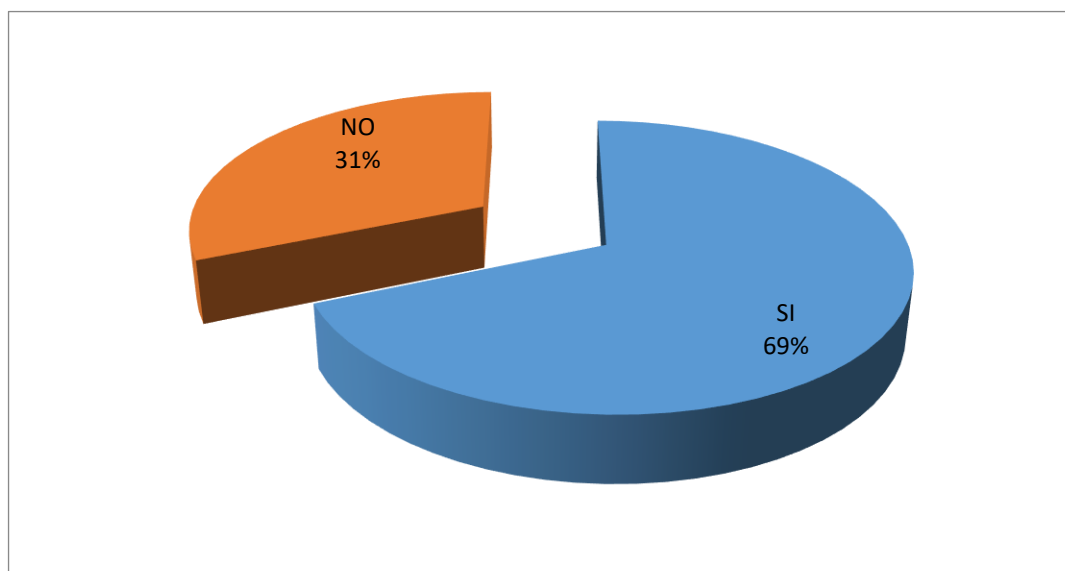
Gráfico N° 25**Calidad****Análisis:**

La calidad del trabajo realizado dentro de las empresas arroja que un gran porcentaje lo describen como Regular, es decir; no se encuentran conformes con el servicio prestado, un porcentaje bajo coincide que es Bueno, es decir no se encuentran del todo conformes con este servicio, un porcentaje menor cree que el servicio brindado es Malo, otro porcentaje similar dice que es Muy bueno y tan solo un mínimo porcentaje está totalmente conforme con su personal de limpieza.

Tabla N° 28**Aceptación del servicio**

PREGUNTA 10	RESPUESTA	FRECUENCIA	%
10. ¿Su institución ha buscado alguna empresa dedicada específicamente a servicios de limpieza o mantenimiento para mejorar su imagen corporativa?	SI	134	69%
	NO	61	31%
		195	100%

Fuente: Encuesta realizada.
Elaborado por: Los autores.

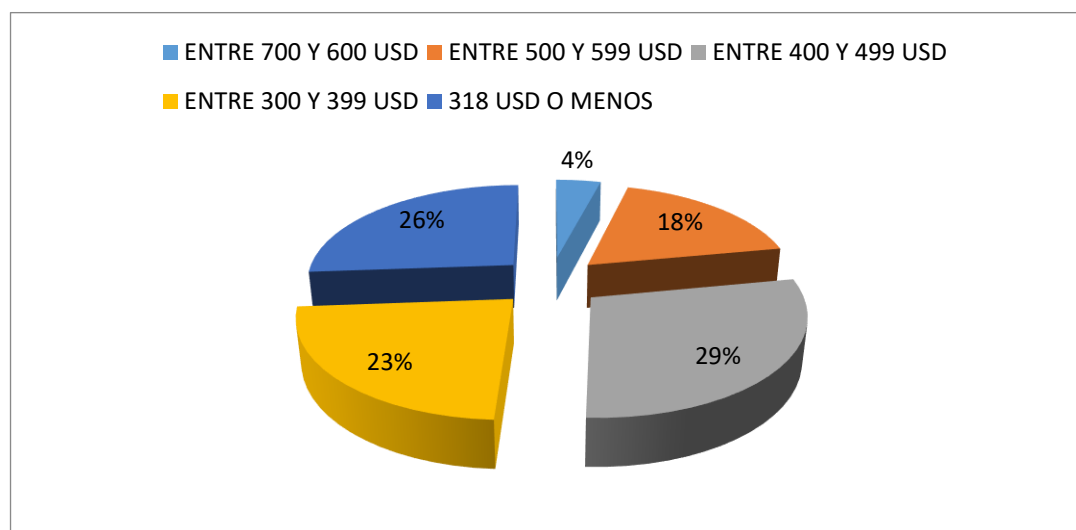
Gráfico N° 26**Aceptación del servicio****Análisis:**

Se observa con esta pregunta que un gran porcentaje ha buscado por algún medio, empresas dedicadas a prestar servicios de limpieza y mantenimiento para de esta manera mejorar su imagen corporativa, dado que se basa gran parte de su actividad en la formalidad y buena presencia de sus dependencias; y la mayoría de las instituciones encuestadas no ha buscado entregar el buen aspecto de sus instalaciones a ninguna empresa.

Tabla N° 29**Precio**

PREGUNTA 11	RESPUESTA	FRECUENCIA	%
11. Los valores promedio mensuales que cancela al personal que realiza labores de limpieza y mantenimiento oscilan entre:	ENTRE 700 Y 600 USD	8	4%
	ENTRE 500 Y 599 USD	35	18%
	ENTRE 400 Y 499 USD	56	29%
	ENTRE 300 Y 399 USD	45	23%
	318 USD O MENOS	51	26%
		195	100%

Fuente: Encuesta realizada.
Elaborado por: Los autores.

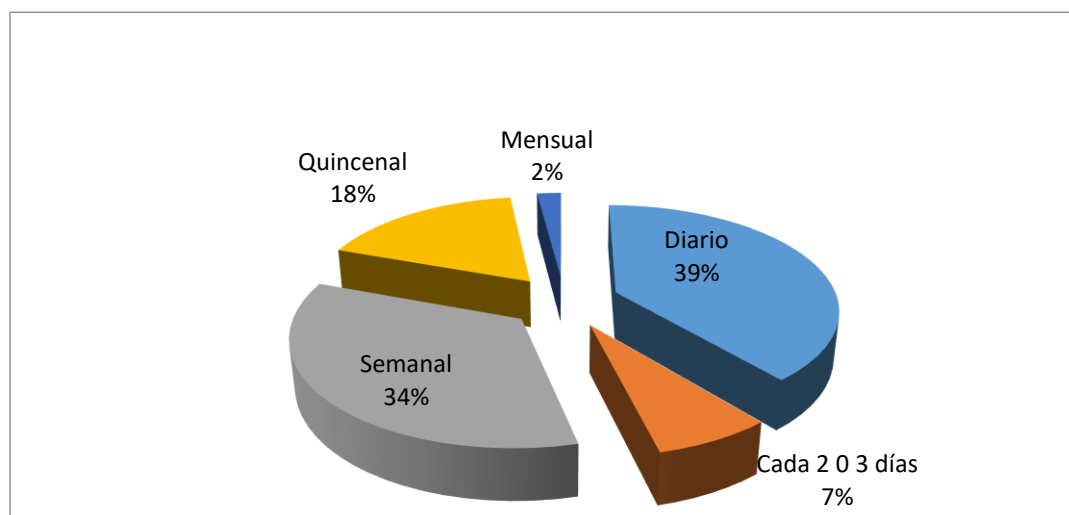
Gráfico N° 27**Precio****Análisis:**

Al realizar la evaluación de esta pregunta se destaca que los valores promedio que se cancelan por servicios de mantenimiento y limpieza oscilan desde menos de 318 usd, de lo que se deduce la gran competencia informal que existe; el mayor porcentaje está entre los valores de 400 y 499 usd, siendo éste el mercado meta al que se enfocarán los esfuerzos de marketing, y en un porcentaje también importante se promedia un valor de hasta 399 usd.

Tabla N° 30**Políticas de salubridad**

PREGUNTA 12	RESPUESTA	FRECUENCIA	%
12. ¿Con que periodicidad se realizan labores de limpieza y mantenimiento en su empresa?	Diario	76	39%
	Cada 2 0 3 días	14	7%
	Semanal	67	34%
	Quincenal	34	17%
	Mensual	4	2%
		195	100%

Fuente: Encuesta realizada.
Elaborado por: Los autores.

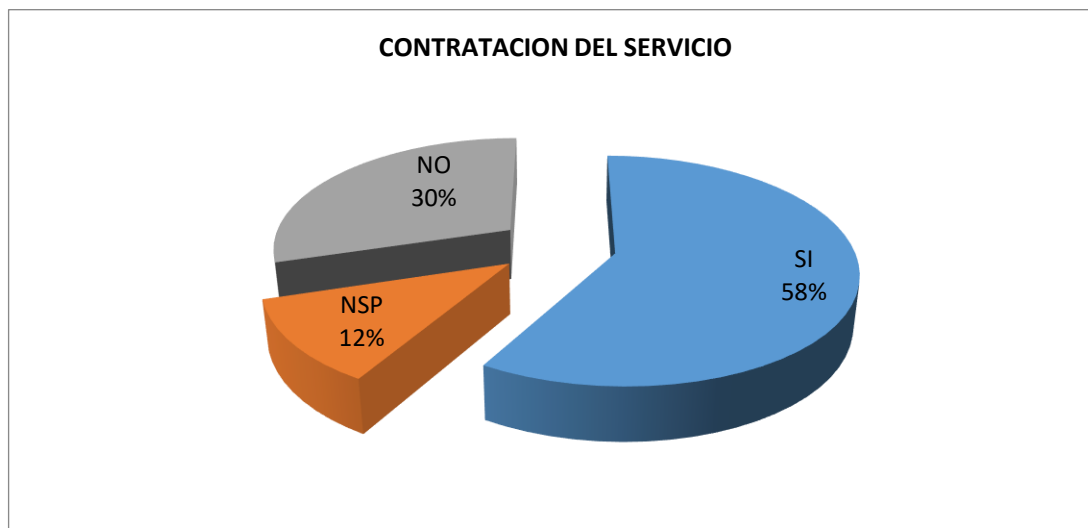
Gráfico N° 28**Políticas de salubridad****Análisis:**

En esta gráfica se observa que la mayoría de las empresas realiza la limpieza de las áreas de manera diaria, lo cual favorece para realizar paquetes de servicio diferenciado, sea de manera mensual mediante el pago de una factura, enfocando una gran parte de los recursos de oferta y promoción a aquellas, otro importante porcentaje se observa que se realiza de manera semanal, otro menor quincenal, y en menor número por períodos más largos.

Tabla N° 31**Contratación del servicio**

PREGUNTA 13	RESPUESTA	FRECUENCIA	%
13. Según usted, la empresa en la que labora estaría dispuesta a contratar una empresa de limpieza y mantenimiento?	SI	114	58%
	NSP	23	12%
	NO	58	30%
		195	100%

Fuente: Encuesta realizada.
Elaborado por: Los autores.

Gráfico N° 29**Contratación del servicio****Análisis :**

Las mayoría de las entidades, según estos resultados, estarían dispuestas a contratar a empresas que realicen labores de limpieza y mantenimiento con el afán de mostrar un mejor aspecto a sus clientes, mejorando su imagen y atención al público; un mínimo porcentaje cree que no es necesario y le dan poca importancia al mantenimiento de sus instalaciones.

3.9. Análisis de la demanda

Dentro de la ciudad de Ibarra se establecen un total de 396 instituciones o empresas registradas en la superintendencia de compañías, y con la muestra tomada de 195 instituciones promediando de esta manera el número de dependencias a satisfacer:

Cuadro N° 3

Distribución de instalaciones

DEPENDENCIAS	Q
Oficinas	450
Hall	56
Salas de reuniones	35
Cafeteria	57
Baños	235
Jardines	18
Patios, parqueaderos, otros	56
TOTAL DEPENDENCIAS	907
Instituciones	195
PROMEDIO POR INSITUCION	5

Elaborado por: Los autores

3.9.1. Comportamiento histórico de la demanda

Dentro de la determinación de la utilización, por parte de las instituciones de una empresa de servicios de limpieza y mantenimiento son pocas las que han buscado o que se hayan preocupado por el aspecto sus instalaciones; pero debido a la creciente proliferación del mercado se hace de ésta una necesidad básica para el mejoramiento del aspecto e imagen que toda empresa pretende brindar a su clientela y así competir en condiciones aceptables.

3.9.2. Análisis de la demanda

- **Demanda Histórica**

El nivel de aceptación del proyecto, alcanza un 85% en servicios de limpieza y mantenimiento a proveerse a las empresas de la ciudad de Ibarra.

Cuadro N° 4

Aceptación del servicio

Cantidad	Valor
Empresas encuestadas	195
Aceptación del servicio limpieza	58%
Aceptación del servicio limpieza	114

Elaborado por: Los autores

- **Demanda Futura**

Un estimado de empresas o de consumidores que acostumbra a ocupar personal para la limpieza es: Conserje o encargado de la propia institución son el 12%, empleado contratado para labores de limpieza y mantenimiento el 85%.

Los encuestados coinciden en un 39% que los empleados de limpieza proveen el servicio de manera regular debido a los escasos recursos que poseen, ya que según la aplicación de la encuesta develó que en un 40% no cuentan con las materiales y utensilios mínimos para su labor, y un preocupante 5% del personal encargado cuenta con los equipos de protección apropiados.

Según información obtenida de los encuestados no están conformes con el trato y servicio que recibieron de las personas que contrataron para brindar los servicios de limpieza y/o mantenimiento, por eso se tiene la vialidad de ser nosotros los ofertantes de este servicio.

Para determinar la demanda total se tomará las personas que se contratan a una persona en especial (conserje-limpieza o especialista-mantenimiento) para realizar este cálculo.

Cuadro N° 5

Presupuesto destinado a limpieza

DETALLE	FRECUENCIA	VALOR PROMEDIO
Entre 400 y 499 usd (450,00)	1	450
Entre 300 y 399 usd (350,00)	1	350
318 usd o menos (318)	1	318
TOTAL PROMEDIOS	3	1118
VALOR PROMEDIO MENSUAL		372,67

Elaborado por: Los autores

Cuadro N° 6

Capacidad de compra mensual

DETALLE	VALOR
Numero de encuestados	195
Pago promedio mensual de 3 % mayores	26%
Capacidad de compra promedio mensual	\$ 372,67

Elaborado por: Los autores

3.9.3. Proyección de la demanda.

Para obtener un índice de crecimiento empresarial se tomó en cuenta las empresas registradas en la superintendencia de compañías en el año 2012 y su aumento en el año 2013, de este modo se obtiene:

Cuadro N° 7

Incremento promedio anual empresas

INCREMENTO PROMEDIO ANUAL EMPRESAS			
2012	2013	INCREMENTO	%
325	396	69	21%

Fuente: Superintendencia de compañías.

Elaboración: Los autores

Debido a las condiciones crecientes del mercado empresarial se espera el incremento del 3% dentro de los próximos cinco años y por lo tanto se toma como base de inicio de las actividades de la empresa la siguiente proyección de prestación de los servicios, tomando como tasa de :

Cuadro N° 8

Proyección de la demanda

AÑO	DEMANDA	INCREMENTO	% ESTIMADO A SATISFACER	ENTIDADES A PRESTAR SERVICIO PROYECTADO
1	907	3%	14%	125
2	934	3%	17%	156
3	962	3%	20%	190
4	991	3%	23%	225
5	1021	3%	26%	263
		24%		

Elaborado por: Los autores

Con esta proyección se estima llegar en los cinco años subsiguientes captar el 26% del mercado como se estableció en la encuesta, con un incremento del 3% anual de captación del mismo, y al no tener competencia representativa se puede optar por satisfacer al mercado con incrementos esperados.

3.10. Análisis de la oferta

Los resultados de las encuestas realizadas (Capítulo 1) a las empresas que son futuros clientes, ponen en evidencia la ausencia de una empresa local que preste servicios de limpieza pero además de mantenimiento y logística.

El aumento de empresas que prestan servicio en esta ciudad se ha visto reflejado en la rentabilidad, por tal motivo es importante asumir el reto de crecer, ofreciendo servicios oportunos y de calidad, logrando así ventajas frente a sus competidores y entregar a sus clientes y consumidores costos competitivos.

Con el objeto de adaptar la oferta del producto y las estrategias de marketing a las necesidades y preferencias de cada uno de los segmentos estudiados.

- Generalmente las pocas empresas que vienen de otras ciudades a brindar estos servicios no utilizan adecuadamente los medios publicitarios para promocionar su servicio de limpieza, mantenimiento y/o logística, lo cual no les permite manejar estrategias de marketing que les permita competir y sobresalir en el mercado local.
- El progreso de toda empresa es escuchando a sus clientes y midiendo los resultados, ya que los clientes son la clave de cualquier negocio, por tal motivo es importante respetar sus necesidades y preferencias.

3.10.1. Comportamiento histórico de la oferta

En el análisis de la oferta se hace relación entre los servicios y productos ofrecidos por las empresas que están en otras ciudades y el precio del mercado actual.

Esta proyección representa el comportamiento de la oferta del servicio de limpieza que ofrecen otras empresas en ciudades más grandes, en razón de que ello dependerá la capacidad suficiente para satisfacer los requerimientos de los futuros demandantes.

Para ello se ha tomando en cuenta la opinión obtenida en las encuestas. Además se tomará en cuenta los siguientes parámetros:

- El número de dependencias promedio por empresa es de 5.
- El estándar de compra de mantenimiento es de cada mes.
- Las tendencias de consumo y su crecimiento son iguales a los de la demanda.

3.10.2. Proyección de la oferta

Se establece mediante el siguiente cuadro la siguiente proyección de la oferta:

Cuadro N° 9

Proyección anual de la oferta

AÑO	% INCREMENTO	OFERTA
2013	3%	1,00
2014	3%	1,03
2015	3%	1,03
2016	3%	1,03
2017	3%	1,03

Elaborado por: Los autores

Al establecer el análisis de la oferta proyecta se establece, al no existir una empresa que preste los servicios que se pretende con este proyecto, que al tomar el incremento del 3% anual dentro de los próximos cinco años la competencia no sería representativa, más bien tomando las debidas condiciones de flexibilidad que el proyecto debe tener se espera que por lo menos una empresa dedique sus esfuerzos a captar el mercado objetivo que se pretende captar mediante el presente proyecto.

De los datos observados se desprende que el proyecto en estudio es viable, considerando que la demanda y su proyección es creciente (positiva), en relación con la oferta proyectada. Por lo que el proyecto de elaboración y comercialización de un producto ecológico para vehículos tiene futuro, es factible y justifica su ejecución.

3.11. Balance oferta – demanda

Establecido las diferencias entre la oferta y demanda descritas en los cuadros se puede hacer un balance entre los años 2013 y una proyección 2017 tiende a crecer en un 3% y se puede optar por tratar de incrementar el volumen del proyecto dentro de los años subsiguientes.

Cuadro N° 10

Balance oferta – demanda

AÑO	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA
	PROYECTADA	PROYECTADA	INSATISFECHA
1	125	1	124
2	156	1,03	154,97
3	190	1,03	188,97
4	225	1,03	223,97
5	263	1,03	261,97

Elaborado por: Los autores

3.12. Proyecciones de precios.

En el ámbito local los precios fluctúan de acuerdo al servicio y/o mantenimiento que desee el potencial cliente, ofertando paquetes de servicios, Así se estableció el precio promedio:

Cuadro N° 11

Proyección de precios

DESCRIPCIÓN	TARIFA
Servicio diario	16
Servicio semanal	75
Servicio quincenal	150
Servicio mensual	300

Elaborado por: Los autores

Estos datos se obtuvieron mediante los valores promedios que se obtuvo con la encuesta en la pregunta 11; estableciendo los valores que cancelan mensualmente las entidades a sus empleados de limpieza, siendo flexibles y brindando una alternativa incluso más económica del servicio.

3.13. Comercialización

3.13.1. Canales de comercialización

La estructura de comercialización de estos servicios está constituida por tres entes, en la mayoría de los casos. Sin embargo, existe la relación de producto – consumidor final, puesto que se va a tener un área de expendio o comercialización y además ofrecimiento de nuestras prestaciones en las empresas de manera directa.

3.13.2. Estrategias de comercialización

La empresa con la finalidad de inducir a la compra de los consumidores aplicara un plan de marketing diseñado especialmente para la empresa que identifica los elementos que se desarrollan a continuación:

Hay dos tipos de marketing que se puede emplear en este proyecto:

- **El marketing estratégico:**

Dentro de este estudio es preciso tomar en cuenta que se debe analizar las necesidades de los individuos y las organizaciones, realizar un seguimiento de la evolución del mercado e identificar los diferentes productos-mercado y segmentos actuales o potenciales, dada la escasa o nula preocupación de generar una empresa dedicada a la conservación y mejoramiento de la imagen corporativa. El marketing estratégico orienta a la

empresa hacia las oportunidades económicas atractivas para ella, es decir, completamente adaptadas a sus recursos y a su saber hacer, y que ofrecen un recurso potencial de crecimiento y rentabilidad. En otras palabras se puede basar en lo siguiente:

- Estrategias de Precio:

Establecer el costo de los servicios mediante:

- En función de la competencia: los costos de los servicios se establecerá de acuerdo a la oferta y la demanda.
- Compras de implementos al por mayor: Adquirir los insumos directamente de los distribuidores, sea en gran cantidad, aprovechando promociones que existan, obteniendo así mayor descuento sea por volumen o por las bonificaciones ya que estos porcentajes que se trasladan al precio final.
- Precio de contado: descuento del 1% en todos los servicios a clientes que paguen antes de la fecha de vencimiento.
- El marketing operativo (táctico): Esta centrado en la realización de un objetivo de cifras de ventas. Con determinados presupuestos de marketing autorizados debe realizar objetivos de cuota de mercado a alcanzar.
- Estrategia de promoción y publicidad: la promoción permitirá tener mayor movimiento del servicio y la publicidad hace conocer del mismo: Descuento por detalle del servicio: en montos de limpieza y mantenimiento mayores a \$750 obtiene el 2% de descuento. Publicidad: a través de gorras, camisetas, material POP. Publicidad en sitios estratégicos: se contratara a 2 impulsores que ayuden a entregar el material POP.

- Publicidad en medios de comunicación: Se contratara un espacio publicitario en la radio de mayor audiencia.

Cuadro N° 12

Costo de promoción y publicidad

COSTO DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD			
DETALLE	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Gorra	100	5,00	500,00
Camisetas	100	5,00	500,00
Calendarios	100	2,00	200,00
Volantes	500	0,25	125,00
Anuncio Publicitario	8	125,00	1000,00
Impulsadoras	2	250,00	500,00

Elaborado por: Los autores

- Estrategias de Servicio: Es el valor agregado que da la empresa.
- Asistencia: Ayuda técnica y gratuita en el lugar de trabajo del cliente (servicios de mantenimiento realizados por la empresa)
- Cursos: Actualización o capacitaciones en las diferentes áreas que se va a atender.
- Presentes: Para los representantes de los clientes con los que se consolidará la confianza hacia la empresa.
- Logotipo: Como identifica visualmente la ciudadanía, se ubicaría el logotipo en el uniforme de la empresa.

En definitiva es necesario proveer al presente estudio de la mayor cantidad de herramientas de marketing para establecer y mantener como una empresa en ascenso y expansión realizando los servicios de mantenimiento y limpieza, una vez establecido un nicho de mercado fijo y en alza.

3.14. Conclusiones del estudio de mercado

3.14.1. La creación de una empresa

De este tipo posee significativas perspectivas comerciales, pues en la ciudad de Ibarra se han incrementado instituciones, tanto públicas como privadas sustancialmente debido a la migración de los sectores económicos y financieros a este centro urbano.

3.14.2. El proyecto generara empleo directo e indirecto

Tanto en la zona de influencia como en otros sectores, ya que a través de la contratación y capacitación el personal requerido se puede desarrollar tanto a la ciudad y su imagen, como la vida y respeto de los derechos de los trabajadores dedicados a estas labores.

3.14.3. La oferta se puede incrementar

Mediante la incorporación de equipos y buena tecnología para obtener un mejor servicio lo cual permitirá al proyecto ser más competitivo, aún con la escasa o nula competencia formal que se tiene.

3.14.4. Proveer de diversas estrategias de comercialización

Para promover la expansión a mediano y largo plazo de la empresa para que pueda relacionarse con otros mercados periféricos de la localidad.

3.14.5. Dentro del presente estudio de mercado se establece

Que el proyecto es viable, debido a la creciente demanda de instituciones con buena imagen y dedicadas al comercio y servicio, por ende se incrementan las necesidades de éstas de los servicios que se pretende ofertar.

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

4.1. Macro localización

El presente estudio, va dirigido hacia la ciudad de Ibarra, que tiene las siguientes características geoeconómicas:

País: Ecuador

Provincia: Imbabura

Superficie: 4.353 Km²

Ubicación: Norte del País

Población Urbana: 139.721 Hab. (INEC 2010)

Parroquias urbanas: San Francisco, La Dolorosa del Priorato, Caranqui, El Sagrario, Alpachaca

Parroquias rurales: Ambuqui, Angochagua, Carolina, La Esperanza, Lita, Salinas y San Antonio.

Gráfico N° 30

Provincia de Imbabura



4.2. Micro localización

Este estudio está enfocado a la instalación de una empresa de servicios de mantenimiento y limpieza, dentro de la zona urbana, donde se consideran algunos factores, como, la concurrencia poblacional, actividad comercial y financiera, es decir en los sectores de mayor movimiento de gente dentro de la ciudad.

En el cuadro a continuación, se puede apreciar la puntuación ponderada otorgada a los lugares preelegidos para la instalación de las oficinas. Así, el **Área 1** está comprendida al norte por la Av. Tobías Mena , al sur por la calle Río Blanco, al este por la calle Padre Miguel Albán y al oeste por la calle Secundino Peñafiel; el **Área 2** está comprendida al norte por la Av. El Retorno, al este por la calle Río Tiputini. Estas áreas propuestas en el estudio se pueden observar en el Anexo. (Mapa de la ciudad)

Cuadro N° 13**Calificación pondera para la localización del proyecto**

FACTOR RELEVANTE	PESO ASIGNADO	ÁREA 1		ÁREA 2	
		CALIFICACIÓN	CALIFICACIÓN PONDERADA	CALIFICACIÓN	CALIFICACIÓN PONDERADA
Servicios Básicos	0.25	9.00	2.25	0.80	0.20
Mano de Obra					
Directa	0.10	6.00	0.60	4.00	0.40
Materia Prima	0.11	8.00	0.88	6.00	0.66
Cercanía del					
Mercado	0.15	9.00	1.35	6.00	0.90
Circulación					
Vehicular	0.09	7.00	0.63	6.00	0.54
Aspecto					
Ambiental	0.07	7.00	0.49	6.00	0.42
Insumos	0.08	9.00	0.72	8.00	0.64
Disponibilidad de					
Local	0.15	6.00	0.90	7.00	1.05
	1.00	61.00	7.82	43.80	4.81

Elaborado por: Los autores

Con este análisis, se distingue la facilidad y cercanía para la empresa que va a dedicarse a la prestación de servicios de mantenimiento y limpieza, en el Área 1, (calle Av. Tobías Mena y Miguel Albán), ya que en este sector está más poblado y además hay más circularización de tránsito. Por lo instalará en la Urbanización Yacucalle, de la Ciudad de Ibarra.

4.3. Estudio técnico**4.3.1. Especificaciones del servicio**

Como es de saber; la base de toda empresa comercial es la compra y venta de bienes y/o servicios; de aquí viene la importancia de ofertar una buena prestación que esté al alcance de todos.

El proyecto desea brindar los siguientes servicios, los cuales se describen en forma esquemática:

a) Servicios de Limpieza:

- Tratamiento específico: Limpieza de pisos, de chicles y manchas en el pavimento, cerámica u otro piso y/o suelo, limpieza de las paredes, manchadas, percutidas, pintadas grafitis, adhesivos y carteles, limpieza de equipos de oficina.
- Moquetas / Alfombras: Limpiar todo tipo de alfombras con el cuidado que se merecen por los diversos materiales de los cuales que fueron elaborados.
- Abrillantado: Desaparecer manchas, suciedad, quitando el mal olor y dando un brillo original.
- Cristales: Limpieza de cristales, eliminación arañazos, grafiti, puertas de balcones, invernaderos, claraboyas, cubiertas acristaladas, paradas de autobús, ascensores de cristal, pantallas, espejos, otros.

b) Servicios de Mantenimiento (obra civil):

Como consecuencia del uso y del envejecimiento de los activos inmobiliarios de las empresas, es necesario disponer de un servicio que mantenga en perfecto estado todos sus elementos, por ejemplo:

- Terminación de obra: Todo tipo de construcción: edificios, fábricas, depósitos, casas y departamentos particulares, entre otros.
- Fachadas: Eliminación de grafiti, protección de madera y metal.
- Obra civil
- Estructura

- Soldadura
- Electricidad
- Aire Acondicionado
- Instalaciones (agua, gas)
- Pintura
- Servicios de vigilancia en obra
- Carpintería
- Carpintería metálica
- Cerrajería y Herrería
- Falsos techos
- Tabiquería
- Colocación de suelos
- Cementaciones
- Encofrados
- Techados y desagües
- Servicio de Mantenimiento de Jardín: Césped, árboles y arbustos, taludes, jardineras de interior, sistemas de riegos, labores de poda, tratamientos fitosanitarios, jardines inertes y zonas no ajardinadas.

4.3.2. Ubicación de la planta

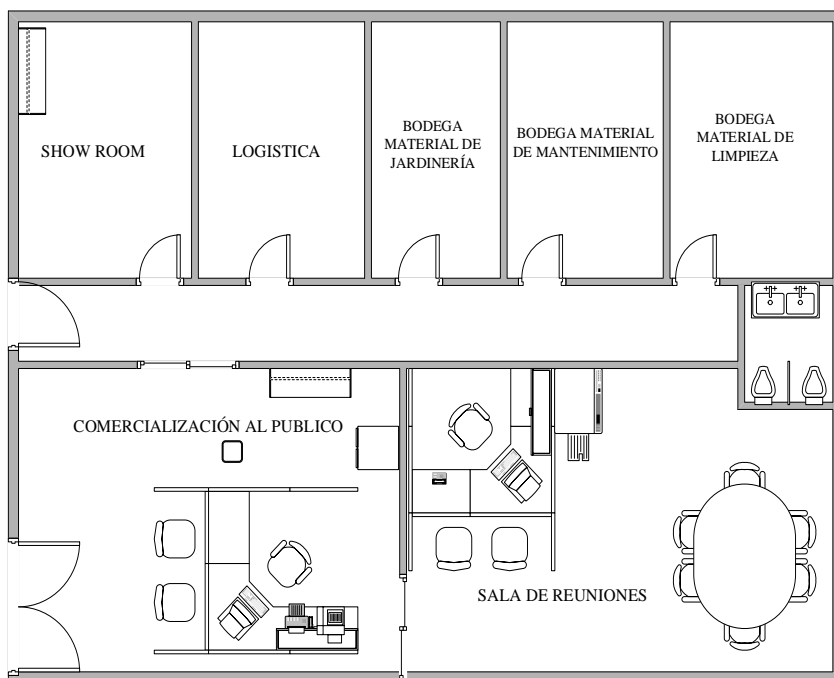
Con los resultados obtenidos en el cuadro anterior (calificación ponderada) se determina que las mejores condiciones para la instalación de las oficinas, ofrece el Área 1 pues alcanza un puntaje de 7.82, y como otra alternativa está el Área 2 de acuerdo a la calificación ponderada. El local que se utilizara como sucursal de ventas se lo podría instalar en las zonas alternativas. El peso asignado está en relación a la importancia jerárquica de necesidad en el proceso, y su calificación en función a la disponibilidad de cada área.

4.3.3. Distribución de las instalaciones

Para el presente proyecto no se realizará ningún tipo de construcción ni obra física, ya que la localización del mismo estará dentro de la urbe y va a ser arrendado.

Para la instalación de la sucursal de distribución y ventas no se necesitara de la estructuración del lugar pues no contara con mayores implementos sino con lo necesario para el efecto.

En el siguiente gráfico se puede observar la distribución de espacio para montar la empresa de mantenimiento y limpieza tomando en cuenta también un área para comercialización y área de venta directa.

Gráfico N° 31**Diagrama de distribución de las oficinas**

Fuente: Proyecto
Elaboración: Los autores

4.3.4. Flujograma del proceso

El proceso para la puesta en marcha del presente proyecto se presentará a continuación mediante los siguiente flujograma:

Gráfico N° 32
Simbología

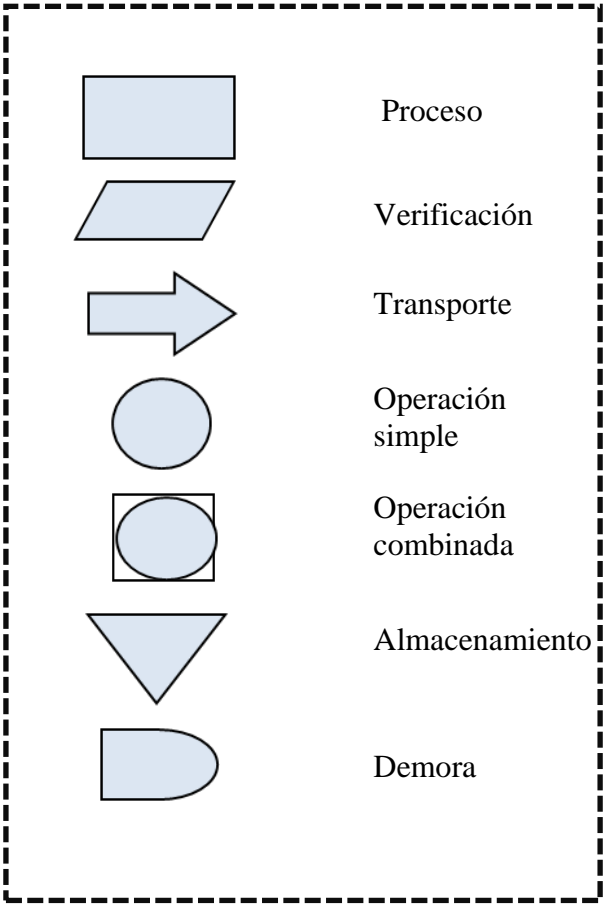


Gráfico N° 33

Flujograma operativo del proceso administrativo de establecimiento de proyecto

N°	SÍMBOLO	ACTIVIDAD	TIEMPO PREVISTO EN DÍAS
1		Alquiler del local comercial	3
2		Instalación y distribución de las oficinas	5
3		Compra de materiales, equipos y útiles de mantenimiento y limpieza	10
4		Contratación de Personal	15
5		Publicidad y marketing	10
6		Inicio de Actividades	0
		TOTAL	43

Elaborado por: Los autores

Cuadro N° 14

Resumen operativo

RESUMEN OPERATIVO	
Eventualidad	Tiempo en días
Proceso	10
Verificación	0
Transporte	0
Operación simple	0
Operación combinada	8
Almacenamiento	0
Demora	25
TOTAL	43

Fuente: Investigación propia.
Elaborado por: Los autores

La empresa de servicios de mantenimiento y limpieza, se establecerá según el flujograma operativo de procesos, alrededor de 43 días, que permita desde un principio, generar bienestar integral a las personas, clientes y grupos sociales relacionados con la Empresa.

Gráfico N° 34**Flujograma operativo del proceso para la recepción de un servicio**

N°	SÍMBOLO	ACTIVIDAD	TIEMPO PREVISTO EN MINUTOS
1		Atención de clientes	8
2		Selección del tipo de servicio	15
3		Firma de contrato	5
4		Ejecución del servicio	120
5		Registro de novedades	20
6		Registro y facturación	5
7		Entrega de factura	8
8		Cobro del servicio	15
		TOTAL	196

Elaborado por: Los autores

Cuadro N° 15"**Resumen operativo**

RESUMEN OPERATIVO	
Eventualidad	Tiempo en minutos
Proceso	120
Verificación	25
Transporte	0
Operación simple	36
Operación combinada	0
Almacenamiento	0
Demora	15
TOTAL	196

Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: Los autores

La aplicación de estos procesos ayudara a que la calidad de servicio a ofrecer sea eficiente y evite la insatisfacción del cliente.

4.4. Equipo y maquinaria de mantenimiento y limpieza

Se ha considerado los materiales indispensables para poder iniciar y desarrollar las actividades, contando con la seguridad del personal que llevará a cabo el mantenimiento y limpieza, detallado en el siguiente cuadro:

Cuadro N° 16

Equipo y maquinaria de mantenimiento y limpieza

Descripción	Cantidad	C. Unitario	C. Total
<u>MAQUINARIAS Y EQUIPOS DE LIMPIEZA</u>			
Aire acondicionado	1	300.00	300.00
Equipo de limpieza de alta presión	3	150.00	450.00
Abrillantadora-pulidora mecánica	2	1620.00	3240.00
Aspiradora profesional	3	400.00	1200.00
Carro de limpieza con bolsa de vinilo amarilla	6	150.00	900.00
Señal de área cerrada	6	30.00	180.00
Indumentaria de limpieza	6	50.00	300.00
Barredora	1	203.00	203.00
Brilladora grande	1	1620.00	1620.00
Limpiador profesional moquetas y tapicerías	1	630.00	630.00
Aspirador industrial polvo-líquidos	1	770.00	770.00
Hidrolimpiadoras gasolina agua fría	1	1092.00	1092.00
Secado herramienta de mano de secado doble, windsor no. W-ddh.	1	371.00	371.00
Rociador eléctrico atomiztrflomaster no. 1952b, 110 voltios, tanque de 2 galones.	1	303.00	303.00
Total maquinarias y equipos de limpieza		7689.00	11559.00

MAQUINARIAS Y EQUIPOS DE MANTENIMIENTO

Recolector de aceite usado automático	2	280.00	560.00
Enrolladores de cable multifunción	2	200.00	400.00
Elevador de 2 postes - 10.000 lbs., multifunción	1	3200.00	3200.00
Banco de prueba de inyectores	1	2500.00	2500.00
Juego de dados/palancas	2	120.00	240.00
Gato tipo lagarto 3 ton	2	170.00	340.00
Engrasador manual	2	750.00	1500.00
Compresor de 7,5hp caudal 40cfm	1	1120.00	1120.00
Caja de herramientas (llaves, tuercas, etc.)	2	200.00	400.00
Hidrolavadora industrial	1	2852.00	2852.00
Aspiradora industrial	1	840.00	840.00
Limpiadora de tapiz	1	1770.72	1770.72
Uniformes de seguridad industrial	3	250.00	750.00
Total maquinarias y equipos de mantenimiento		14252.72	16472.72

Elaborado por: Los autores

Cuadro N° 17

Materiales a ser utilizados

MATERIALES A SER UTILIZADOS

Descripción	Cantidad	C. Unitario	C. Total
Antisarro Galón	40	2.00	80.00
Aromatizante Paq.	30	1.50	45.00
Cera líquida Galón	40	3.00	120.00
Desinfectante Galón	40	3.00	120.00
Limpia vidrios Galón	30	3.00	90.00
Cloro Galón	40	1.00	40.00
Detergente 2Kg	40	2.00	80.00
Aceite Mobel Galón	30	2.00	60.00
Esponjas Paq.	30	1.50	45.00
Ambiental Paq.	50	2.00	100.00
WaypePaq.	30	0.50	15.00
Bolsa de basura Paq.	50	1.50	75.00
Franela	40	0.50	20.00

Trapeador completo	12	2.50	30.00
Repuesto de trapeador	12	1.50	18.00
Escoba plástica	12	2.50	30.00
Balde plástico	10	2.50	25.00
Destapador de cañerías	10	1.50	15.00
Escobilla de mano	10	2.50	25.00
Escobillón	10	3.00	30.00
Guantes	12	2.50	30.00
Cepillo Sanitario	12	2.50	30.00
Recogedores	12	2.00	24.00
Pulverizadores	12	1.00	12.00
TOTALES	614		1159.00

Elaborado por: Los autores

4.5. Requerimiento de muebles y enseres

Los muebles y enseres establecidos para la oficina de atención al cliente son:

Cuadro N° 18

Muebles y enseres

CONCEPTO	UNIDAD
Computadora	1
Escritorio	1
Sillón metálica con forro	2
Sillas metálicas con forro	4
Teléfono – Fax	1
Impresora – copiadora	1
Papelera	1
Archivador 4 cajones	2
Vitrinas pequeñas	2
Mesa de reunión (6 personas)	1

Elaborado por: Los autores

4.6. Requerimiento de talento humano

4.6.1. Requerimiento de mano de obra directa e indirecta

Para el buen desempeño del presente desenvolvimiento del presente proyecto se contratara a:

Cuadro N° 19

Personal operativo

CONCEPTO	NUMERO DE PERSONAS
Director Técnico	1
Jefe de Obra	1
Encargados de obra	7

Elaborado por: Los autores

4.6.2. Requerimiento personal administrativo

Para la comercialización se ha previsto, la contratación de:

Cuadro N° 20

Personal administrativo

CONCEPTO	NUMERO DE PERSONAS	NECESIDAD AÑOS
Administrador	1	1
Vendedor	1	1
Personal Administrativo	2	1
Especialistas	1	1

Elaborado por: Los autores

Se necesitará de un administrador para que sea representante legal y lleve el manejo de la entidad, de un vendedor para que vaya a cierto tipo de clientes y ofrezca los servicios de la entidad, de dos personas para al área administrativa y de un especialista para ciertos

servicios que ofrece la entidad y necesitarían con la ayuda y aprobación del mismo para su ejecución.

4.6.3. Transporte

Para la distribución del personal y de la maquinaria que no pudiera ser llevada por el propio personal se vería la contratación de un vehículo hasta que la organización pudiera comprar uno propio.

4.7. Inversión

4.7.1. Inversión fija

Después de un largo análisis para la instalación de la empresa que se dedicará a la prestación de servicios mantenimiento y limpieza, en la Ciudad de Ibarra, se requiere de la siguiente inversión fija:

Cuadro N° 21

Inversión fija

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	C. UNITARIO	C. TOTAL
ADECUACIONES			
Adecuaciones de las oficinas y bodega	1	1,100.00	1,100.00
Total adecuaciones			1,100.00
MUEBLES Y ENSERES			
Escritorios	1	150.00	150.00
Sillas ejecutivas	2	30.00	60.00
Sillas de espera	4	40.00	160.00
Perchas	2	45.00	90.00
Archivadores	2	250.00	500.00
Total muebles y enseres			960.00

EQUIPOS DE OFICINA			
Calculadora/sumadora	1	50.00	50.00
Telefax	1	150.00	150.00
Teléfonos	1	40.00	40.00
Total equipos de oficina			240.00
EQUIPO DE COMPUTACIÓN			
Computadoras	1	650.00	650.00
Impresora multifuncional	1	300.00	300.00
Total de equipo de computación			950.00
MAQUINARIAS Y EQUIPOS DE LIMPIEZA			
Aire acondicionado	1	300.00	300.00
Equipo de limpieza de alta presión	1	150.00	150.00
Abrillantadora-pulidora mecánica	1	1620.00	1620.00
Aspiradora profesional	3	400.00	1200.00
Carro de limpieza con bolsa de vinilo amarilla	2	150.00	300.00
Señal de área cerrada	3	30.00	90.00
Indumentaria de limpieza	3	50.00	150.00
Barredora	1	203.00	203.00
Brilladora grande	1	1620.00	1620.00
Limpiador profesional moquetas y tapicerías	1	630.00	630.00
Aspirador industrial polvo-líquidos	1	770.00	770.00
Hidrolimpiadoras gasolina agua fría	1	1092.00	1092.00
Secado herramienta de mano de secado doble, windsor no. W-ddh.	1	371.00	371.00
Rociador eléctrico atomistrflomaster no. 1952b, 110 voltios, tanque de 2 galones.	1	303.00	303.00
Total maquinarias y equipos de limpieza			8799.00
MAQUINARIAS Y EQUIPOS DE MANTENIMIENTO			
Recolector de aceite usado automático	1	280.00	280.00
Enrolladores de cable multifunción	1	200.00	200.00
Elevador de 2 postes - 10.000 lbs., multifunción	1	3200.00	3200.00
Banco de prueba de inyectores	1	2500.00	2500.00

Juego de dados/palancas	2	120.00	240.00
Gato tipo lagarto 3 ton	2	170.00	340.00
Engrasador manual	1	750.00	750.00
Compresor de 7,5hp caudal 40cfm	1	1120.00	1120.00
Caja de herramientas (llaves, tuercas, etc.)	2	200.00	400.00
Hidrolavadora industrial	1	2852.00	2852.00
Aspiradora industrial	1	840.00	840.00
Limpiadora de tapiz	1	1770.72	1770.72
Uniformes de seguridad industrial	2	250.00	500.00
Total maquinarias y equipos de mantenimiento		14252.72	14992.72
OTROS MATERIALES A UTILIZAR			
Antisarro galón	40	2.00	80.00
Aromatizante paquete	30	1.50	45.00
Cera líquida galón	40	3.00	120.00
Desinfectante galón	40	3.00	120.00
Limpia vidrios galón	30	3.00	90.00
Cloro galón	40	1.00	40.00
Detergente 2kg	40	2.00	80.00
Aceite mobel galón	30	2.00	60.00
Esponjas paquete	30	1.50	45.00
Ambiental paquete	50	2.00	100.00
Waype paquete	30	0.50	15.00
Bolsa de basura paquete	50	1.50	75.00
Franela	40	0.50	20.00
Trapeador completo	12	2.50	30.00
Repuesto de trapeador	12	1.50	18.00
Escoba plástica	12	2.50	30.00
Balde plástico	10	2.50	25.00
Destapador de cañerías	10	1.50	15.00
Escobilla de mano	10	2.50	25.00
Escobillón	10	3.00	30.00
Guantes	12	2.50	30.00

Cepillo sanitario	12	2.50	30.00
Recogedores	12	2.00	24.00
Pulverizadores	12	1.00	12.00
Total otros materiales	614		1159.00
VEHÍCULO			
Mini furgón	1	15000.00	15000.00
Total vehículo			15000.00
TOTAL INVERSIÓN			43200.72

Elaborado por: Los autores

4.7.2. Inversión variable

Como inversión variable, se necesitará para la instalación de la empresa que se dedicará a la prestación de servicios mantenimiento y limpieza, en la Ciudad de Ibarra, se requiere de lo siguiente:

Cuadro N° 22

Inversión variable

DESCRIPCIÓN	VALOR
GASTO DE INVESTIGACIÓN	
Recursos humanos	150
Recursos materiales	200
Imprevistos	150
Total gastos de investigación	500
GASTO DE CONSTITUCIÓN	
Formula de producción	4000
Honorarios abogado	900
Elaboración de minuta	200
Registro notaria publica	100
Registro mercantil	100
Afiliación a cámara de comercio	60
Tramite ruc	40
Total de inversión variable	5400
TOTAL GASTOS DE CONSTITUCIÓN	5900

Elaborado por: Los autores

CAPÍTULO V

5. ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO DEL PROYECTO

5.1. Presupuesto de la inversión

Determinar el valor requerido para ejecutar el proyecto a través de asignaciones óptimas de los recursos permite realizar un estudio y análisis del nivel de factibilidad del proyecto. A continuación se detalla en un cuadro resumen de la inversión del proyecto que incluye los rubros de la inversión fija y Variable y el valor total de la inversión con el cual se realizara todo el análisis económico.

Cuadro N° 23

Presupuesto de la inversión

DESCRIPCIÓN	VALOR
INVERSIÓN FIJA	
Adecuaciones	1100,00
Muebles y enseres	960,00
Equipo de oficina	240,00
Equipos de computacion	950,00
Maqs. Y equipos limpieza	8799,00
Maqs. Y equipos mantenimiento	14992,72
Otros materiales a utilizar	1159,00
Vehiculo	15000,00
Estudio de prefactibilidad	1.100,00
Gastos de constitución	5.900,00
Total inversion fija	50200,72
INVERSION VARIABLE	
Capital de trabajo	19.079,93
Inversion total	69.280,65

5.1.1. Estructura de la inversión

El valor de la inversión del proyecto consta de: Inversión fija por un valor de 50.200,72 USD que es el 24% y un capital de trabajo por un valor de 19.079,93 USD que es el 76 % de la inversión total.

Cuadro N° 24

Estructura de la inversión

INVERSION	VALOR	PORCENTAJE
Fija	50200,72	72%
Capital de trabajo	19.079,93	28%
Inversion total	69280,65	100%

Elaborado por: Los autores

5.1.2. Financiamiento de la inversión

La inversión del proyecto que asciende a 69280,65 USD; consta de una inversión propia proveniente de la venta de 20.000 acciones a un valor de 1 dólar por acción y la diferencia 49280,65 se obtendrá a través de crédito en una institución financiera.

Cuadro N° 25

Financiamiento de la inversión

DESCRIPCION	V. DE LA INVERSION	ESTRUCTURA %
Inversion propia	20000,00	29%
Inversion financiada	49280,65	71%
Total de la inversion	69280,65	100%

Elaborado por:: Autores

El crédito requerido para la creación de la compañía, es de 49.280,65 USD y se amortiza de la siguiente manera.

Fórmula:

$$V_p = \frac{VF * i * (1 + i)^n}{[(1 + i)^n - 1]}$$

Dónde:

V_p= Pago de la amortización

VF= Valor de la deuda 49280,65

i = Tasa activa anual 16.30 %

n = Períodos de pago 5 años

$$V_p = \frac{49.280,65(0.1630)(1 + 0.1630)^5}{[(1 + 0.1630)^5 - 1]}$$

$$V_p = 15.156,23$$

$$V_p = 15.156,23$$

Cuadro N° 26

Cuadro de pagos

Nro.	Valor Presente	Intereses	Saldo Suelto	Saldo Insoluto
1	15.156,23	8.032,75	7.123,49	42.157,16
2	15.156,23	6.871,62	8.284,62	33.872,54
3	15.156,23	5.521,22	9.635,01	24.237,53
4	15.156,23	3.950,72	11.205,52	13.032,02
5	15.156,23	2.124,22	13.032,02	0,00

Elaboración: Autores

5.2. Balance general inicial presupuestado

Cuadro N° 27

Balance general inicial presupuestado

ACTIVO	
Corriente	
Capital de trabajo	19079,93
Inventario de suministros	1159,00
Total activo corriente	20238,93
Fijo	
Muebles y enseres	96,00
Equipos de oficina	240,00
Maqs. Y equipos limpieza	8799,00
Maqs. Y equipos mantenimiento	14992,72
Equipo de computación	950,00
Vehiculo	15000,00
Total activo fijo	40.941,72
Otros	
Adecuaciones	1100,00
Estudio de factibilidad	1100,00
Gastos de constitución	5900,00
Total otros activos	8100,00
TOTAL ACTIVOS	<u>69.280,65</u>
-	
PASIVO	
Pasivo a corto plazo	
Prestamo bancario	7.123,49
Pasivo a largo plazo	
Prestamo bancario	42.157,16
Total pasivos	49.280,65
PATRIMONIO	
Capital social	20000,00
TOTAL PASIVOS + PATRIMONIO	<u>69.280,65</u>

Elaborado por: Autores

5.3. Presupuesto de ingresos y gastos

Cuadro N° 28

Presupuesto de ingresos y gastos

	Descripción	Incremento tarifa	Tarifa	Incremento clientes	Frecuencia mensual	Ingreso mensual	Meses	Anual
Año 2	Servicio diario	0,67	16,67	19	109	1818,35	12	21.820,14
	Servicio semanal	3,12	78,12	4	24	1894,11	12	22.729,31
	Servicio quincenal	6,24	156,24	2	12	1894,11	12	22.729,31
	Servicio mensual	12,48	312,48	1	6	1894,11	12	22.729,31
	Total				152	7500,67	48	90008,09
Año 3	Servicio diario	0,69	17,36	23	132	2296,1	12	27.553,16
	Servicio semanal	3,25	81,37	5	29	2391,77	12	28.701,21
	Servicio quincenal	6,5	162,74	3	15	2391,77	12	28.701,21
	Servicio mensual	13	325,48	1	7	2391,77	12	28.701,21
	Total				184	9471,4	48	113656,78
Año 4	Servicio diario	0,72	18,08	28	160	2899,37	12	34.792,47
	Servicio semanal	3,38	84,75	6	36	3020,18	12	36.242,15
	Servicio quincenal	6,77	169,51	3	18	3020,18	12	36.242,15
	Servicio mensual	13,54	339,02	2	9	3020,18	12	36.242,15
	Total				223	11959,91	48	143518,93
Año 5	Servicio diario	0,75	18,83	34	194	3661,15	12	43.933,83
	Servicio semanal	3,53	88,28	8	43	3813,7	12	45.764,41
	Servicio quincenal	7,05	176,56	4	22	3813,7	12	45.764,41
	Servicio mensual	14,1	353,12	2	11	3813,7	12	45.764,41
	Total				270	15102,25	48	181227,05

5.3.1. Ingresos

Los ingresos en este proyecto se determinan por los valores cobrados con la prestación de servicios. El volumen de atenciones está determinado en la capacidad efectiva de la empresa.

Cuadro N° 29

Proyección de ingresos año 01

DESCRIPCION	TARIFA	FRECUENCIA MENSUAL	INGRESO MENSUAL	MESES	ANUAL
Servicio diario	25	90	2250	12	27.000,00
Servicio semanal	120	20	2400	12	28.800,00
Servicio quincenal	230	10	2300	12	27.600,00
Servicio mensual	450	5	2250	12	27.000,00
Total		125	9.200,00	48	110400,00

Elaborado por: Autores

5.3.2. Cobros por servicio

La empresa recibirá ingresos según estas tarifas, q fueron evaluadas conforme a la competencia encontrada en la ciudad, y se toma de las tarifas promedios que se obtuvieron de empresas de la ciudad de quito, debido a que la competencia en la ciudad de Ibarra es de naturaleza informal; tomando en cuenta la tasa de crecimiento inflacionaria del año 2012 que es 4,16% para promediar el incremento de los precios y la tasa de crecimiento de las empresas de la ciudad de Ibarra registradas en la página de la Superintendencia de Compañías que es el 21%:

Cuadro N° 30***Tasa de crecimiento anual***

INCREMENTO PROMEDIO ANUAL TARIFAS			%
Inflación año 2012			4,16%
INCREMENTO PROMEDIO ANUAL EMPRESAS			
2012	2013	Incremento	%
325	394	69	21%

Elaborado por: Autores

5.3.3. Proyección de ingresos años subsiguientes

Cuadro N° 31

Proyección de ingresos años subsiguientes

	Descripcion	Incremento tarifa	Tarifa	Incremento clientes	Frecuencia mensual	Ingreso mensual	Meses	Anual
Año 2	Servicio diario	0,67	16,67	19	109	1818,35	12	21.820,14
	Servicio semanal	3,12	78,12	4	24	1894,11	12	22.729,31
	Servicio quincenal	6,24	156,24	2	12	1894,11	12	22.729,31
	Servicio mensual	12,48	312,48	1	6	1894,11	12	22.729,31
	Total				152	7500,67	48	90008,09
Año 3	Servicio diario	0,69	17,36	23	132	2296,1	12	27.553,16
	Servicio semanal	3,25	81,37	5	29	2391,77	12	28.701,21
	Servicio quincenal	6,5	162,74	3	15	2391,77	12	28.701,21
	Servicio mensual	13	325,48	1	7	2391,77	12	28.701,21
	Total				184	9471,4	48	113656,78
Año 4	Servicio diario	0,72	18,08	28	160	2899,37	12	34.792,47
	Servicio semanal	3,38	84,75	6	36	3020,18	12	36.242,15
	Servicio quincenal	6,77	169,51	3	18	3020,18	12	36.242,15
	Servicio mensual	13,54	339,02	2	9	3020,18	12	36.242,15
	Total				223	11959,91	48	143518,93
Año 5	Servicio diario	0,75	18,83	34	194	3661,15	12	43.933,83
	Servicio semanal	3,53	88,28	8	43	3813,7	12	45.764,41
	Servicio quincenal	7,05	176,56	4	22	3813,7	12	45.764,41
	Servicio mensual	14,1	353,12	2	11	3813,7	12	45.764,41
	Total				270	15102,25	48	181227,05

Elaborado por: Autores

5.3.4. Gastos.

- **Nomina.-** Al tratarse de una empresa dedicada a la prestación de servicios se enfoca como costo principal la mano de obra, es decir el talento humano que se empleará, y tomando como tasa de crecimiento de los sueldos se tomará la tasa de inflación del año 2012:

Cuadro N° 32
Proyección de gastos de nómina

Personal							Totales
Administrativo	Q	Sueldo mensual	Sueldos anual	Fondos reserva anual	13ro	14to	
Gerencia	1	700	8400	699,72	700	318	10817,72
Contador	1	550	6600	549,78	550	318	8567,78
Año 1 Asistente administrativo	1	400	4800	399,84	400	318	6317,84
Subtotal administrativo		1650	19800	1649,34	1650	954	25703,34
Operaciones	Q	Sueldo mensual	Sueldos anual	Fondos reserva anual	13ro	14to	Totales
Personal limpieza	8	350	33600	2798,88	2800	2544	42092,88
Jardinero	2	350	8400	699,72	700	636	10785,72
Obra civil	1	350	4200	349,86	350	318	5567,86
Subtotal operaciones		1050	46200	3848,46	3850	3498	58446,46
		Sueldo mensual	Sueldos anual	Fondos reserva anual	13ro	14to	Consolidado anual
Total remuneraciones anuales		2700	66000	5497,8	5500	4452	84149,8
Personal							Totales
Administrativo	Q	Sueldo mensual	Sueldos anual	Fondos reserva anual	13ro	14to	
Gerencia	1	729,12	8749,44	728,83	729,12	331,23	11267,74
Contador	1	572,88	6874,56	572,65	572,88	331,23	8924,20
Año 2 Asistente administrativo	1	416,64	4999,68	416,47	416,64	331,23	6580,66
Subtotal administrativo		1718,64	20623,68	1717,95	1718,64	993,69	26772,60
Operaciones	Q	Sueldo mensual	Sueldos anual	Fondos reserva anual	13ro	14to	Totales
Personal limpieza	8	364,56	34997,76	2915,31	2916,48	2649,83	43843,94
Jardinero	2	364,56	8749,44	728,83	729,12	662,46	11234,41
Obra civil	1	364,56	4374,72	364,41	364,56	331,23	5799,48
Subtotal operaciones		1093,68	48121,92	4008,56	4010,16	3643,52	60877,83
		Sueldo mensual	Sueldos anual	Fondos reserva anual	13ro	14to	Consolidado anual
Total remuneraciones anuales		2812,32	68745,60	5726,51	5728,80	4637,20	87650,43

	Personal						Totales		
	Administrativo	Q	Sueldo mensual	Sueldos anual	Fondos reserva anual	13ro	14to		
	Gerencia	1	759,45	9113,42		759,15	759,45	345,01	11736,48
	Contador	1	596,71	7160,54		596,47	596,71	345,01	9295,45
Año 3	Asistente administrativo	1	433,97	5207,67		433,80	433,97	345,01	6854,42
	Subtotal administrativo		1790,14	21481,63		1789,42	1790,14	1035,02	27886,34
	Operaciones	Q	Sueldo mensual	Sueldos anual	Fondos reserva anual	13ro	14to	Totales	
	Personal limpieza	9	379,73	41010,38		3416,16	3417,53	2760,06	50983,86
	Jardinero	2	379,73	9113,42		759,15	759,45	690,02	11701,76
	Obra civil	1	379,73	4556,71		379,57	379,73	345,01	6040,74
	Subtotal operaciones		1139,18	54680,50		4554,89	4556,71	3795,09	68726,36
			Sueldo mensual	Sueldos anual	Fondos reserva anual	13ro	14to	Consolidado anual	
	Total remuneraciones anuales		2929,31	76162,13		6344,31	6346,84	4830,11	96612,70
	Personal						Totales		
	Administrativo	Q	Sueldo mensual	Sueldos anual	Fondos reserva anual	13ro	14to		
	Gerencia	1	791,04	9492,53		790,73	791,04	359,36	12224,71
	Contador	1	621,54	7458,42		621,29	621,54	359,36	9682,14
Año 4	Asistente administrativo	1	452,03	5424,31		451,84	452,03	359,36	7139,56
	Subtotal administrativo		1864,61	22375,26		1863,86	1864,61	1078,08	29046,41
	Operaciones	Q	Sueldo mensual	Sueldos anual	Fondos reserva anual	13ro	14to	Totales	
	Personal limpieza	10	395,52	47462,67		3953,64	3955,22	2874,88	58641,94
	Jardinero	2	395,52	9492,53		790,73	791,04	718,72	12188,55
	Obra civil	1	395,52	4746,27		395,36	395,52	359,36	6292,04
	Subtotal operaciones		1186,57	61701,48		5139,73	5141,79	3952,96	77122,53
			Sueldo mensual	Sueldos anual	Fondos reserva anual	13ro	14to	Consolidado anual	
	Total remuneraciones anuales		3051,17	84076,74		7003,59	7006,39	5031,04	106168,94

Personal							Totales
Administrativo	Q	Sueldo mensual	Sueldos anual	Fondos reserva anual	13ro	14to	
Gerencia	1	823,95	9887,42	823,62	823,95	374,31	12733,26
Contador	1	647,39	7768,69	647,13	647,39	374,31	10084,91
Año 5 Asistente administrativo	1	470,83	5649,96	470,64	470,83	374,31	7436,57
Subtotal administrativo		1942,17	23306,07	1941,40	1942,17	1122,93	30254,74
Operaciones	Q	Sueldo mensual	Sueldos anual	Fondos reserva anual	13ro	14to	Totales
Personal limpieza	10	411,98	49437,12	4118,11	4119,76	2994,48	61081,45
Jardinero	2	411,98	9887,42	823,62	823,95	748,62	12695,59
Obra civil	1	411,98	4943,71	411,81	411,98	374,31	6553,79
Subtotal operaciones		1235,93	64268,26	5353,55	5355,69	4117,41	80330,83
		Sueldo mensual	Sueldos anual	Fondos reserva anual	13ro	14to	Consolidado anual
Total remuneraciones anuales		3178,10	87574,33	7294,94	7297,86	5240,33	110585,57

Elaborado por: Autores

- **Depreciaciones y Amortizaciones**

- **Depreciaciones.-** Se toma como punto de partida los activos necesarios y detallados en el estudio técnico los mismos que se depreciarán según los porcentajes señalados en la ley de régimen tributario interno:

Cuadro N° 33

Depreciación de activos fijos

C	VALOR	AÑOS
Muebles y enseres	960	10
Equipos de oficina	240	10
Maqs. y equipos limpieza	8799	5
Maqs. y equipos mantenimiento	14992,72	5
Equipo de computación	950	3
Vehículo	15000	5
TOTAL		

Elaborado por: Autores

- **Amortizaciones.-** Se toman como activos diferidos a los estudios de prefactibilidad y los gastos por constitución de la compañía a 5 años según lo estipula la Ley de régimen tributario interno.

Cuadro N° 34

Amortización de activos diferidos.

DESCRIPCION	VALOR	AÑOS	AMORT.ANUAL
Estudio de prefactibilidad	1100	5	220
Gastos de constitución	5900	5	1180
TOTAL			1400

Elaborado por: Autores

5.3.5. Proyección de ingresos y gastos

Para la proyección de gastos se ha aplicado la tasa de inflación del año 2012 que es del 4,16%, también se han mantenido los valores fijos establecidos en el caso de depreciaciones, amortizaciones e intereses.

Cuadro N° 35

Ingresos y gastos proyectados en dólares

INGRESOS OPERATIVOS				1	2	3	4	5
SERVICIOS DE LIMPIEZA Y MANTENIMIENTO				110.400,00	139406,46	176034,07	222285,21	280688,36
TOTAL INGRESOS				110.400,00	139.406,46	176.034,07	222.285,21	280.688,36
GASTOS ADMINISTRATIVOS				1	2	3	4	5
Remuneraciones				84149,80	87650,43	96612,70	106168,94	110585,57
Gasto suministros de oficina				188,14	195,97	204,12	212,61	221,45
Gasto servicios básicos				1260,00	1312,42	1367,01	1423,88	1483,11
Gasto mantenimiento eq. Computo				360,00	374,98	390,58	406,82	423,75
Arriendos				1000,00	1041,60	1084,93	1130,06	1177,07
Muebles y enseres				96,00	96,00	96,00	96,00	96,00
Equipos de oficina				24,00	60,00	60,00	60,00	60,00
Maqs. Y equipos limpieza				1759,80	1759,80	1759,80	1759,80	1759,80
Maqs. Y equipos mantenimiento				2998,54	2998,54	2998,54	2998,54	2998,54
Equipo de computación				316,67	316,67	316,66	0,00	0,00
Vehículo				3000,00	3000,00	3000,00	3000,00	3000,00
Total				95152,95	98806,40	107890,34	117256,66	121805,30
GASTOS VENTAS				1	2	3	4	5
Gasto publicidad medios				350	364,56	379,73	395,52	411,98
Gasto artículos promocionales				120,00	124,99	130,19	135,61	141,25
Total				470	489,55	509,92	531,13	553,22
GASTOS FINANCIEROS				1	2	3	4	5
Intereses				8.032,75	6.871,62	5.521,22	3.950,72	2.124,22
Total				8.032,75	6.871,62	5.521,22	3.950,72	2.124,22

OTROS	1	2	3	4	5
Amortización Estudio de Pre factibilidad	220	220	220	220	220
Amortización Gastos de Constitución	1180	1180	1180	1180	1180
Total	1400	1400	1400	1400	1400

TOTAL GASTOS	105055,7	107567,57	115321,48	123138,51	125882,74
---------------------	-----------------	------------------	------------------	------------------	------------------

Elaboración: Autores

5.4. Estado de resultados

El estado de pérdidas y ganancias presenta los resultados de las operaciones que el proyecto tendrá durante el período de cinco años, expresado en dólares

Cuadro N° 36

Estado de resultados proyectado

Ingresos operativos	1	2	3	4	5
Servicios de limpieza y mantenimiento	110.400,00	139406,46	176034,07	222285,21	280688,36
Total ingresos	110.400,00	139.406,46	176.034,07	222.285,21	280.688,36
Utilidad bruta	110.400,00	139.406,46	176.034,07	222.285,21	280.688,36
Gastos administrativos	95152,95	98806,40	107890,34	117256,66	121805,30
Gastos ventas	470,00	489,55	509,92	531,13	553,22
Utilidad operativa	14777,05	40110,51	67633,82	104497,42	158329,83
Gastos financieros	8.032,75	6.871,62	5.521,22	3.950,72	2.124,22
Otros gastos	1400	1400	1400	1400	1400
Utilidad antes de p ey t	5.344,30	31.838,89	60.712,59	99.146,70	154.805,61
(15% p ey t)	801,65	4775,83	9106,89	14872,01	23220,84
Utilidad antes de impuestos	4542,66	27063,06	51605,70	84274,70	131584,77
Impuesto a la renta	1044,81	5953,87	11353,25	18540,43	28948,65
Utilidad neta	3497,84	21109,18	40252,45	65734,26	102636,12
Pago de capital	2.200,03	2.558,65	2.975,70	3.460,74	4.024,24
Utilidad/pérdida del ejercicio	1297,81	18550,53	37276,75	62273,52	98611,88

Elaboración: Autores

5.5. Flujo de caja proyectado

El flujo de caja esperado como resultado de la ejecución de un plan de actividades de la empresa es un presupuesto, que muestra los movimientos de efectivo dentro de un periodo de tiempo establecido.

El propósito del flujo de caja presupuestado es el de mostrar de donde provendrán los ingresos y como se usarán esos fondos. El flujo de caja solo indica si la empresa genera suficiente dinero en efectivo para hacer frente a todas las necesidades de de la actividad empresarial.

Cuadro N° 37

Flujo de caja proyectado

Flujo de caja					
Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversion	69.280,65				
Fuentes de ingreso					
Utilidad neta	1297,81	18550,53	37276,75	62273,52	98611,88
Depreciaciones	8196,014	8233,014	8234,004	7918,344	7919,344
Amortizaciones	1400	1400	1400	1400	1400
Total ingresos	10893,83	28183,55	46910,75	71591,87	107931,23
Egresos de fondos					
Capital pagado	2.200,03	2.558,65	2.975,70	3.460,74	4.024,24
Total egresos	69280,65	2.200,03	2.558,65	2.975,70	3.460,74
Flujo de caja	8.693,80	25.624,90	43.935,05	68.131,13	103.906,99

Elaboración: Autores

5.6. Costo de oportunidad del proyecto

Para el cálculo del costo de oportunidad del proyecto se toma como referencia los datos de los Índices Financieros publicados en la página oficial del Banco Central del Ecuador del lunes 15 de julio del 2013 la tasa activa (efectiva máxima consumo) que es el

16.30% y la tasa pasiva (máxima convencional) que es de 9.30% . Además el Riesgo País (al 16 de Junio de 2013) como referente de las finanzas públicas que se ubica en 636 puntos; estos datos tienen como fuente al Banco Central del Ecuador, Superintendencia de Bancos y la Bolsa de Valores de Guayaquil.

El costo de oportunidad determina la tasa de rentabilidad que tendrá el proyecto frente a la tasa activa y pasiva del mercado financiero, demostrando matemáticamente si es viable realizar la inversión.

A continuación se detalla el cálculo realizado para obtener el costo de oportunidad de la inversión.

5.7. Cálculo del costo de oportunidad

Cuadro N° 38

Cálculo del costo de oportunidad

Descripción	V. De la	Estructura	Tasa de	Valor
	Inversión	%	Ponderación	Ponderado
Inversión propia	20000,00	29%	9.30	2,70
Inversión financiada	49280,65	71%	16.30	11,57
Total de la inversión	69280,65	100%	25.60	14,27

Elaboración: Autores

5.8. Cálculo de la tasa redescuento

Cuadro N° 39

Cálculo de la tasa redescuento

Cálculo de la tasa de redescuento	
Costo de oportunidad (Ck)	0.1427
Riesgo país (Rp)	636
Riesgo país (Rp)	0.0636
Tasa de redescuento (Trd(i))	$(1+Ck)(1+Rp)-1$
Trd(i) =	0.2154
Trd(i) =	21.54%
Periodo prestamo años	5
Número de pagos anuales	1
Pagos totales	5
Valor futuro (vf)	49280,65
I	16,30%
Valor presente (vp)	15.156,23
Valor presente (vp)	15.156,23

Elaboración: Autores

5.9. Evaluación financiera

La evaluación de proyectos es una técnica que permite disminuir el riesgo de la inversión, por tal razón es indispensable conocer las tasa y valores que despliegan los indicadores como: El Valor Actual Neto, La Tasa Interna de Retorno, La relación Beneficio / Costo, El tiempo de recuperación de la inversión.

5.9.1. Valor actual neto (VAN)

El valor presente no es sino el valor medio en dinero de hoy; en este caso es de 119.372,25 dólares, considerando una tasa de redescuento del 21,54 % valor positivo que garantiza la viabilidad del proyecto.

$$VAN = < Inversión > + \sum \frac{F_C}{(1+i)^n}$$

FC= Flujos de Caja Proyectados

i = Tasa de Redescuento

n = Tiempo u horizonte de la vida útil del proyecto o inversión.

Cuadro N° 40

Cálculo del VAN

Años	Flujo neto	Factor		Flujo actualizado
		De descuento		
		1/(1+i) ⁿ		
0	-69.280,65			-69.280,65
1	8.693,80	0,823		7153,03
2	25.624,90	0,677		17346,97
3	43.935,05	0,557		24471,10
4	68.131,13	0,458		31222,57
5	103.906,99	0,377		39178,57
Total flujos de caja				119.372,25
Inversión				-69.280,65
Van				50.091,60

Elaboración: Autores

5.9.2. Tasa interna de retorno (TIR)

La Tasa Interna de Retorno obtenida, determina que existe rentabilidad en el proyecto a una tasa del 42% en los años de vigencia del proyecto, este indicador supera la tasa activa vigente para el sistema financiero por lo tanto, la inversión es viable financieramente.

Cuadro N° 41

Cálculo del TIR

Inversión	Fc año 1	Fc año 2	Fc año 3	Fc año 4	Fc año 5
-69.280,65	8.693,80	25.624,90	43.935,05	68.131,13	103.906,99
TIR =	42%				

Elaboración: Autores

5.9.3. Período de recuperación

$$TRI = (\text{Inversión} * \text{vida útil del proyecto}) / \sum FC$$

$$TRI = (69280,65 * 5) / 250291,86$$

$$TRI = 1,38 \text{ AÑOS}$$

La inversión del proyecto se recupera en un tiempo de 1.38 años.

Cuadro N° 42

Cálculo del tiempo de recuperación (TR)

AÑO	FLUJO DE CAJA
1	8693,80
2	25624,90
3	43935,05
4	68131,13
5	103906,99
TOTAL	250291,86

Elaboración: Autores

5.9.4. Índice de rentabilidad beneficio – costo

Este indicador de rentabilidad permite tomar la decisión de la puesta en marcha del proyecto; Los niveles son:

<que 1 La inversión no tienen retorno atractivo por lo tanto se debe analizar otras oportunidades para buscar otra inversión rentable.

= que 1 Existe una indiferencia que necesita analizar otras opciones.

>que 1 Indica un adecuado retorno de los ingresos frente a la inversión inicial.

Se calcula de la siguiente manera:

- Sumar los flujos de caja netos actualizados
- Dividir para la inversión inicial.

5.9.5. Razón beneficio - costo (B/C)

El criterio de este indicador es el retorno de los ingresos en función de los egresos. El resultado indica que por cada dólar de gasto, se generan 0.61 USD de rentabilidad o beneficio para el proyecto.

Cálculo de Beneficio –Costo

$$B/C = \frac{\sum \text{Ingresos} / (1+i)^n}{\sum \text{Egresos} / (1+i)^n}$$

$$B/C = \frac{350213,31}{217547,48}$$

$$B/C = 1,61$$

5.9.6. Resumen de evaluación económica

Cuadro N° 43

Evaluación del proyecto

DESCRIPCIÓN	VALOR
Beneficio – costo	0.61
Valor presente neto	50.091,60
Tasa interna de retorno	42%
Periodo de recuperación de la inversión	1.38

Elaboración: Autores

Al realizar la evaluación económica financiera del proyecto, El (VAN) es de 50091,60 valor positivo. El valor del (TIR) es de 42% equivale a la tasa de interés producida por el proyecto; este indicador supera la tasa activa vigente que es 16% para el sistema financiero. Por lo tanto, la inversión es financieramente viable.

La razón (B/C) determina que por cada dólar de gasto, se genera 0.61 dólares de rentabilidad o beneficio. El periodo de recuperación de la inversión del proyecto es de 1.38 años.

CAPÍTULO VI

6. ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA DE LA EMPRESA

6.1. Introducción

La descripción de los trabajos y las relaciones de dependencia existente en una organización. Su función principal es influir y coordinar el comportamiento laboral de los miembros de la organización a efectos de alcanzar las metas. La realización de este capítulo va a permitir comprender la importancia que tiene la organización de una empresa como también las técnicas, procesos y procedimientos administrativos para llevar el control adecuado y la planificación de las actividades con el fin de lograr la garantía y eficacia en las diferentes áreas de la empresa.

6.2. Denominación de la empresa

La empresa tendrá como nombre: **LIMANTE ECUADOR**, el logotipo será el siguiente:

Gráfico N° 35

Denominación de la empresa



6.3. Slogan de la empresa

El slogan sugerido y que se encuentra de acuerdo al tipo de servicios a dar es:

“En servicios de limpieza somos la solución; En mantenimiento somos lo que usted elegiría, por precio, calidad sobre todo garantía.”

6.4. Aspectos filosóficos

6.4.1. Misión

Limante Ecuador, tiene como misión la de contribuir al desarrollo socioeconómico y productivo de la ciudad de Ibarra, brindando un excelente servicio con precio justo y calidad, mediante la utilización de técnicas, productos y equipos más adecuados a cada situación, anteponiendo las necesidades y requerimientos de los clientes y buscando la satisfacción y aceptación de los mismos.

6.4.2. Visión

Limante Ecuador, ser la mejor empresa del sector, sirviendo a sus clientes con calidad, a precios cómodos, atención personalizada y garantía, mediante la capacitación continua, renovación de instrumentos, con responsabilidad social.

6.4.3. Objetivos institucionales

- Mantener un buen nivel de satisfacción de los clientes entregando servicios de calidad.
- Generar estrategias para incrementar el nivel de ventas y por ende la rentabilidad.

- Impulsar normas de conservación y preservación del medio ambiente el manejo sostenible de los recursos renovables.
- Incentivar a los integrantes de la estructura orgánica a través de programas de capacitación y motivación fortaleciendo los valores organizacionales, ofreciendo estabilidad laboral y reconocimiento al equipo de trabajo.
- Ampliar la participación en el mercado, en la prestación de servicios a nivel provincial, sectorial y regional.
- Garantizar el seguimiento y mejoramiento continuo de todos los procesos que se requieren para la prestación de servicios.
- Innovar consecutivamente.

6.4.4. Valores institucionales

Los principales valores que tendrían son:

- Responsabilidad
- Confiabilidad
- Profesionalismo
- Trabajo en Equipo
- Eficiencia
- Ética

- Puntualidad
- Excelencia en Servicio
- Flexibilidad
- Soluciones Económicas
- Estricta Confidencialidad
- Honestidad

6.4.5. Políticas

Se considerarán las siguientes políticas:

- Brindar capacitaciones constantes al personal y darles la oportunidad de crecer profesionalmente.
- Convocar a reuniones mensuales con el personal administrativo donde se trate asuntos relacionados con la estabilidad de la empresa y semanales con personal operativo para resolución de inconvenientes o inquietudes y revisión de novedades.
- Respetar las opiniones vertidas por los empleados, ya que es el principal recurso de la organización.
- Cumplir con la normativa legal del país.
- Dar la razón al cliente siempre con fundamentos y educación.
- Resolución de inconvenientes en el plazo de 24 horas e informar a su jefe inmediato.

6.4.6. Propósitos institucionales

- Satisfacer las necesidades de los clientes, cumpliendo con los requisitos establecidos en la orden de trabajo o contrato.
- Contribuir con la colectividad y entorno ambiental con un sentido de responsabilidad social, generando valores de colaboración entre los trabajadores en favor de los mismos.
- Desarrollar los procesos considerando la capacitación, concientización y compromiso.
- Cumplir con los requisitos legales exigidos por la Ley del País.
- Cuidar y proteger la salud, seguridad e integridad de los trabajadores.

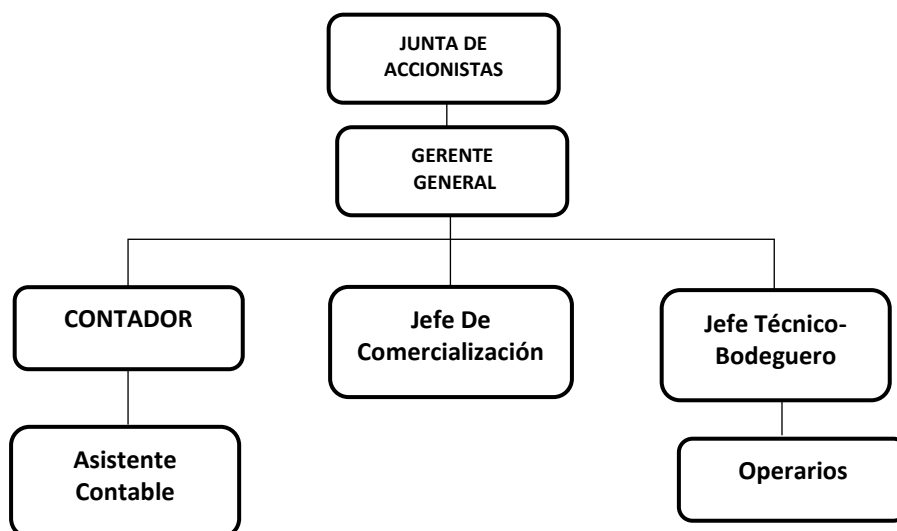
6.5. Estructura organizacional de la empresa

La organización funcional se contempla en tres niveles:

1. Directivo. (Junta de Accionistas; gerente general)
2. Operativo. (contador, jefe de comercialización, secretaria; asistente contable)
3. Producción. (Jefe técnico-bodeguero; operarios)

La estructura del organigrama se realizó considerando el criterio de desarrollo y crecimiento, empezando por actividades operativas hasta llegar a los objetivos finales.

En el siguiente cuadro, se muestra el organigrama elaborado según las características del proyecto.

Gráfico N° 36**Estructura organizacional de la empresa****6.6. Estructura funcional**

De acuerdo a la estructura organizacional las funciones de cada uno de sus miembros son las siguientes:

6.6.1. Junta de accionistas**Resumen del Cargo:**

La Junta General de Accionistas se clasifica en Junta General Ordinaria de Accionista y en Junta General Extraordinaria de Accionistas. Todos los años, se realiza por ley una Junta para la aprobación de las Cuentas Anuales y el resto de temas que se quieran plantear. A esa Junta, que se realiza todos los años y es obligatoria, se le denomina Junta Ordinaria de Accionistas.

Sin embargo, se puede convocar más de una Junta en un año si se estima conveniente. Todas aquellas Juntas diferentes a la Junta Ordinaria son Juntas Extraordinarias

de Accionistas. Una Junta Extraordinaria no sólo es la diferencia con la Ordinaria, sino que significa que se realiza dentro de un plazo de 4 meses.

Lo habitual es que la Junta ordinaria trate los asuntos ordinarios y comunes de la marcha de la empresa (elección del Consejo de Administración o similar, distribución de dividendos, monto de la remuneración de los directores, etc), mientras que la segunda versa sobre puntos de gran importancia que surgen a lo largo del año, tales como:

- La disolución, fusión, transformación y división de la sociedad.
- Reforma de los estatutos sociales.

Sin embargo, una Junta Ordinaria Puede tratar exactamente los mismos temas que una Extraordinaria, si se aprueba así en el Orden del día.

6.6.2. Gerente general.

Se reporta a: Junta General de Accionistas.

Resumen del Cargo:

Sus funciones son planificar, organizar, dirigir, controlar, coordinar, analizar, calcular y deducir el trabajo de la empresa, además de contratar al personal adecuado, efectuando esto durante la jornada de trabajo.

- Planificar, organizar, integrar, dirigir y controlar las políticas de la empresa para lograr los objetivos.
- Analizar los problemas de la empresa en el aspecto financiero, administrativo, personal, contable entre otros.

- Establecer, cumplir y hacer cumplir los objetivos y normas.
- Representar a la Empresa frente a los trabajadores.
- Desarrollar, aprobar y controlar los planes de la organización.
- Escoger la mejor estrategia para la organización.
- Aplicar las evaluaciones de desempeño.
- Cumplir y hacer cumplir los procedimientos.
- Cooperar en la selección del personal.

Formación Académica.

Para este cargo se requiere los siguientes conocimientos:

- Estudios profesionales en administración o carreras afines (título de tercer nivel)
- Experiencia en las actividades del puesto, mínima 2 años.
- Poseer habilidades numéricas, de lenguaje, actitud de líder, tener don de mando, iniciativa propia y capaz de tomar decisiones.

6.6.3. Contador

Se reporta a: Gerente General y Junta de accionistas

Edad entre 25 y 40 años.

Sexo: Masculino o femenino

Resumen del Cargo:

Es la persona encargada de llevar el control de los aspectos económicos de la microempresa.

Actividades específicas:

- Asumir el control financiero, documentos legales y custodia de archivos.
- Analizar e interpretar información contable en tiempo real.
- Presentar los respectivos informes económicos.
- Presentar las obligaciones tributarias, impuestos a la renta, así como también las obligaciones sociales y personales al IESS, en el momento oportuno.
- Registrar y ordenar sistemáticamente las transacciones contables, mantener actualizado el sistema contable y fortalecer los procedimientos del control interno.
- Realizar los roles de pago de cada empleado mensualmente.
- Registrar el valor de facturas tanto de compras como de ventas.
- Estructurar los estados financieros para evaluar la gestión del negocio.

Formación Académica:

- Estudios: Ingeniera en Contabilidad CPA.
- Edad entre 25 a 30 años
- Experiencia mínimo de 1 año.

6.6.4. Jefe de comercialización

Se reporta a: Gerente General

Edad entre 25 y 40 años.

Sexo: Masculino

Resumen del Cargo:

Es el responsable del asesoramiento al cliente, utilizando técnicas y medios a su alcance para conseguir que el cliente adquiera el servicio ofrecido.

Actividades específicas:

- Analizar los mercados actuales y potenciales.
- Asesoramiento a los clientes, utilizando los medios y técnicas a su alcance con el fin de conseguir de que el cliente adquiera el servicio.
- Diseñar y ejecutar las investigaciones.
- Desarrollar mejoras de servicios.
- Planificar las estrategias de mercadeo.
- Diseñar y controlar el presupuesto de ventas y costos.
- Analizar y supervisar el proceso de ventas.
- Preparar y analizar las estadísticas de la empresa.

- Analizar la posición de la competencia.
- Supervisar las actividades de limpieza del personal.
- Mantener continuo contacto con el cliente.
- Coordinar la logística y venta de productos.
- Elaborar las estrategias de precios de la Empresa.

Formación Académica.

Para este cargo se requiere los siguientes conocimientos:

- Estudios profesionales en administración o carreras afines, con amplios conocimientos en Marketing. Mínimo 6 semestres.
- Experiencia en las actividades del puesto, mínima 2 años.
- Debe poseer experiencia demostrable en Marketing.

6.6.5. Asistente contable

Se reporta a: Contador General

Edad entre 20 y 28 años.

Sexo: Masculino o femenino.

Resumen del cargo:

Ejecutará los procesos administrativos y contables del área, aplicando las normas y procedimientos definidos, elaborando documentación necesaria, revisando y realizando cálculos, a fin de dar cumplimiento a cada uno de esos procesos, lograr resultados oportunos y garantizar la prestación efectiva del servicio.

Las responsabilidades principales son las siguientes:

- Manejo de clientes, nómina, bancos y viáticos.
- Coordinar el pago a proveedores, fechas de vencimiento y valores de pago.
- Coordinación de la entrega de información a la empresa que realiza la contabilidad.
- Recepción diaria de cobranza causada por ventas de contado.
- Archivo de facturas secuenciales del cliente.
- Manejo de facturas y comprobantes de retención
- Encargado del proceso de nómina que tiene que ver con el manejo de los ingresos, descuentos, bonos de alimentación y alimentación, seguros de asistencia médica, descuentos del IESS y retenciones de impuestos de los empleados.
- Creación de carpetas de empleados para registro de cédulas, documentos del IESS, contratos de trabajo, avisos de entrada, y cualquier otro documento relacionado con el empleado.
- Control de los respaldos.

- Control del fax y correspondencia.
- Cobros a clientes
- Ingreso de datos al sistema.
- Mantener un control de los servicios básicos que hay que pagar. (se pasa un reporte mensual de los que hay que pagar)

Formación académica:

- Estudios profesionales en contabilidad y administración o carreras afines, con amplios conocimientos en impuestos y leyes laborales. Mínimo 6 semestres.
- Experiencia en las actividades del puesto, mínima 2 años.
- Debe poseer experiencia en Contabilidad.

6.6.6. Jefe técnico - bodeguero

Se reporta a: Gerente General

Edad: 22-40

Sexo: Masculino.

Resumen del Cargo:

Será el responsable de la recepción, clasificación, custodio y encargado de entregar los bienes y materiales de la bodega de la institución.

Actividades específicas:

- Organiza la recepción, custodia y entrega de las mercaderías que adquiere la institución.
- Impartir instrucciones técnicas respecto del manejo de los materiales y equipos a los operarios.
- Impulsar capacitaciones técnicas.
- Distribuir los materiales y maquinarias a las diferentes áreas.
- Llevar el control de existencias y pedidos.
- Mantener limpios los diferentes implementos que se utilizan.
- Realizar el inventario de activos.
- Otros que se le sean asignados, con el objetivo de contribuir con el logro de los objetivos de la empresa.

Formación académica:

- Instrucción mínima bachiller.
- Experiencia laboral mínima 2 años en cargos similares.

6.6.7. Operario

Se reporta a: Jefe Técnico - Bodeguero

Edad: 20-35

Sexo: Masculino.

Resumen del Cargo:

Encargado de realizar las actividades de limpieza y mantenimiento en los lugares asignados por la empresa.

Actividades específicas:

- Recibir y captar instrucciones del Jefe Técnico- bodeguero.
- Recibir los materiales y equipos de manera apropiada.
- Efectuar de manera eficiente y eficaz las actividades de limpieza.
- Acudir con puntualidad a los lugares asignados.
- Utilizar de manera responsable los equipos y materiales asignados por la empresa.
- Devolver a bodega los sobrantes de los materiales y suministros.
- Entregar los equipos y maquinarias en perfecto estado.
- Respetar y seguir las normas y procedimientos establecidos.

Formación académica:

- No se exige una instrucción mínima.
- No es necesaria la experiencia laboral.

6.7. Reglamento interno

Es un documento en el cual establece reglas de prevención ante los riesgos identificados en la organización, previo a un diagnóstico o identificación de los riesgos laborales. Involucra un esfuerzo conjunto de todo el personal que conforma la organización en tema de prevención de tal manera que los derechos y responsabilidades sean compartidos en lo referente al tema de Seguridad y Salud.

Es un documento que por obligación las organizaciones que desarrollan algún tipo de actividad en el país deberán elaborarlo, implantarlo y cada dos años actualizarlo siguiendo los lineamientos establecidos en la norma.

El Código de trabajo: Art. 434, Reglamento de higiene y seguridad enuncia:

“En todo medio colectivo y permanente de trabajo que cuente con más de diez trabajadores. Los empleadores están obligados a elaborar y someter a la aprobación del Ministerio de Relaciones Laborales por medio de la Dirección Regional del Trabajo, un reglamento de higiene y seguridad, el mismo que será renovado cada dos años”.

Si la empresa cuenta con 10 trabajadores o menos debe realizar un plan mínimo de prevención de riesgos.

Dependiendo del tamaño de la empresa se deberán cumplir con diferentes responsabilidades estas están descritas en Mandatos legales en Seguridad y Salud acorde al tamaño de la empresa.

El formato del Reglamento Interno de Seguridad y Salud está descrito en el Acuerdo ministerial 220 RO. 083 del 17 de agosto de 2005

6.7.1. Requisitos para la aprobación del reglamento de seguridad y salud.

- Matriz de Identificación y Ponderación: resultado del examen inicial o diagnóstico de riesgos.
- Matriz de medidas preventivas
- Registro del responsable de prevención de riesgos laborales de la empresa
- Conformación e inscripción del comité, subcomité y/o delegado de Seguridad y Salud según la estructura y tamaño de la empresa.
- Registro de profesional de Seguridad y Salud responsable técnico de la elaboración del Reglamento.

6.7.2. Documentos habilitantes o necesarios para la aprobación del reglamento

- Solicitud dirigida al Director Regional del Trabajo, requiriendo la aprobación. Auspiciada por un abogado.
- Tres ejemplares del proyecto de Reglamento.
- Hoja de datos generales de la empresa.
- Resultado del examen inicial de riesgos de la empresa.
- Nombramiento del Gerente, registrado en el Registro Mercantil o su matrícula de comercio.
- Certificación de aportes del IESS al día.

- Registro único de contribuyentes- RUC actualizado.
- Fotocopias de la cédula de ciudadanía y papeleta de votación.
- Pago por tasa de recaudación. (20,00 USD)

6.7.3. Esquema de un reglamento interno de seguridad y salud.

El esquema de un reglamento Interno de Seguridad y Salud que se deberá presentar para la respectiva aprobación es el que se muestra a continuación. (Solamente son los capítulos y lo que engloba cada uno de ellos a fin de que se tenga una idea).

1. Política empresarial
2. Razón social y domicilio
3. Actividad económica (principal)
4. Objetivo (del reglamento)

CAPÍTULO I

5. Disposiciones reglamentarias

CAPÍTULO II

6. Del sistema de gestión de seguridad y salud.

CAPÍTULO III

6. de la prevención de riesgos de la población vulnerable.

CAPÍTULO IV

7. De la prevención de los riesgos del trabajo propios de la empresa

CAPÍTULO V

9. De los accidentes mayores.

CAPÍTULO VI

10. De la señalización de seguridad.

CAPÍTULO VII

11. De la vigilancia de la salud de los trabajadores.

CAPÍTULO VIII

12. Del registro e investigación de incidentes y accidentes de trabajo.

CAPÍTULO IX

13. De la información y capacitación en prevención de riesgos

CAPÍTULO X

14. De la gestión ambiental

CAPÍTULO XI

15. Disposiciones generales o finales

CAPÍTULO XII

16. Disposiciones transitorias

Nombre, firma y código de registro del profesional en seguridad y salud que participó en la elaboración del reglamento.

FECHA Y FIRMA DEL REPRESENTANTE DE LA EMPRESA.

CAPÍTULO VII

7. IMPACTOS DEL PROYECTO

7.1. Introducción

Quizás la debilidad mayor que tienen los estudios realizados por equipos de especialistas que pertenecen a diferentes disciplinas profesionales, es que no han logrado construir un instrumento que permita establecer cuál es el nivel de impacto , dependencia o asociación que existen entre las diferentes variables de los diferentes subsistemas provenientes tanto de la esfera económica social como del mundo natural. Es decir, poder mirar el sistema como un todo.

El modelo de matriz sistémica que aquí se presenta, ayuda a resolver en gran medida ese problema, pues a partir de ella se puede establecer en forma cuantitativa y/o cualitativa lo siguiente:

- a) La existencia de nexos de impacto o asociación entre las variables que pertenecen a un mismo subsistema.
- b) Nexos de impacto o asociación entre las variables que pertenecen a diferentes subsistemas.
- c) Tener una visión interrelacionada y de conjunto entre las variables de los diferentes subsistemas, de manera que se logra reconstruir las relaciones de las variables como un conjunto.

- d) Conocer dentro del conjunto, cual es el subsistema que tiene la variable que causa mayor número de impactos, y cuál es el subsistema que tiene la variable que sufre más impactos.
- e) Identificar cual es la variable o variable que ocasiona más efecto en los diferentes subsistemas.
- f) Identificar cuáles son las variables que son más afectadas por diferentes subsistemas. Es decir, se puede identificar el nivel de complejidad de las relaciones para cada variable y para cada subsistema. Cabe señalar que llegar a un nivel preciso del rol que cumple cada variable dentro del conjunto del sistema, es muy útil para priorizar las acciones cuando se buscan lograr impactos de desarrollo, así como para identificar sobre cuales variables se deben aplicar medidas especiales de seguimiento para mitigar los efectos perjudiciales que puedan causar.
- g) Finalmente, este modelo de matriz da lugar a una cadena de matrices que ayuda a identificar las interrelaciones entre las variables que van a resolver un problema en un subsistema, con el impacto que tendrán en los otros subsistemas. De esta manera, se puede también reconstruir una visión de conjunto de como los factores de solución van a resolver problemas, pero también se pueden vislumbrar los casos en los que pueden generar nuevos tipos de problemas, sea en el subsistema de origen u en otros. Es decir, se pueden construir matrices prospectivas que ayudan a prever dificultades futuras y allanan el camino del desarrollo.

La prestación de cierto tipo de servicios en una escala que tenga una rentabilidad y que exista también con esta tecnología, el aseguramiento de una buena calidad de los productos, posibilidad de obtener mejores ingresos monetarios, el desarrollo de recursos

humano para conseguirlos, y también una importante reducción del impacto ambiental. De esta manera se va a avanzar para poder determinar los principales impactos que se derivan del proyecto sean estos económicos, ambientales, sociales, educativos u otro que se determine al momento de desarrollar completamente la investigación, mediante la recolección de datos a través de la consulta bibliográfica.

7.2. Identificación de los impactos

7.2.1. Impacto ambiental.

Los cambios ambientales sin duda provocan grandes consecuencias que afectan a todos y sin duda alguna, estos aspectos deben ser tomados en cuenta se lleven adelante las políticas de salud y medio ambiente. Asimismo en un sitio más estratégico y adaptable, su ubicación será en esta ciudad, la cual le permite a la comunidad que requiera del servicio en un fácil desplazamiento y oportunidad en los tiempos de entrega de información y prestación de servicios.

7.2.2. Impacto social.

La creación de una nueva empresa solicitará de personal en otros términos la oferta de trabajo y mano de obra va a ser demandados en la compañía, empleando tanto a hombres como a mujeres, es decir, abra un trato equitativo en lo que hay que ver la igualdad de géneros. Además la prestación de los varios servicios y la atención que se da al cliente sea de calidad y con esto se puede posicionar en el mercado compitiendo así con otras compañías de la región tanto por precios como de servicios.

7.2.3. Impacto económico

Esta empresa seria en un sitio el cual se adecue para mayor comodidad y ahorro en su arriendo, como en sus servicios públicos (agua, teléfono, energía...), además se pone en consideración la creación de fuentes de empleo para las personas que estén capacitados y de esta manera contribuir al desarrollo económico de familias de la clase baja.

7.2.4. Impacto educativo.

Los servicios de educación se pueden catalogar como de calidad aceptable dentro de los parámetros nacionales, su prestación está a cargo en la mayor parte de las instituciones estatales y en un menor porcentaje a cargo de las instituciones privadas de origen laico y religioso. Se podría tomar como impacto a la apertura a nuevos puntos de vista respecto de la capacitación técnica respecto de la utilización de equipos y maquinarias que sean apropiados para este trabajo, disminuyendo los riesgos de accidentes y heridas en el trabajo.

7.3. Análisis de impactos

Para analizar los impactos del proyecto se lo mediante la utilización de la matriz de impactos toma en cuenta los siguientes aspectos:

En las filas se ubicarán los principales impactos y sus indicadores principales.

En las columnas se analizan los aspectos más trascendentales del proyecto en sus fases preliminar y desarrollo.

Esta evaluación se aplicara la siguiente escala:

Cuadro N° 44**Análisis de impactos**

Valoración cualitativa	Valoración cuantitativa
Muy alto	5
Alto	4
Medio	3
Bajo	2
Muy bajo	1
Indiferente	0

Estos valores pueden ser positivos o negativos, según sea el caso favorable o no:

7.3.1. Indicadores de los impactos**a. IMPACTO AMBIENTAL**

- *Manejo de desechos.*

Al ser una empresa de limpieza y saneamiento es primordial el adecuado manejo de los desechos o remanentes de los insumos químicos utilizados, de este modo reducir el impacto ecológico que éstos pudieren ocasionar.

- *Aguas servidas.*

El mantenimiento apropiado de las alcantarillas y desagües hace que la calidad del servicio perdure y sea constante, ya que al desechar las aguas utilizadas deben ser tratadas para la no contaminación de las fuentes naturales de agua.

- *Gases tóxicos*

Un gran número de gases irritantes puede producir daño agudo y en ocasiones crónico al sistema respiratorio. La inhalación aguda puede ocurrir en una gran variedad de circunstancias, pero es más frecuente en el ámbito industrial. Los gases irritantes que usualmente alteran las vías respiratorias son: monóxido de carbono, cloruro de hidrógeno, dióxido de sulfuro, cloro, dióxido de nitrógeno y fosgeno. Ocasionalmente producen lesiones por inhalación el formaldehído, el cianuro de hidrógeno, el sulfuro de hidrógeno y los vapores de mercurio.

- *Manejo de productos químicos*

Los problemas ambientales asociados con el manejo inadecuado de los insumos químicos en los sistemas industriales de producción se superponen a los problemas asociados con el manejo pobre de los desechos animales y la descarga de efluentes. En este estudio se prevé un gran énfasis en la capacitación al uso y manejo de estos insumos de alto riesgos, para bienestar de los usuarios como de los trabajadores.

b. IMPACTO SOCIAL

- *Calidad de vida.*

Dado el tiempo que las personas transcurren en su trabajo, se debe estar consciente de las implicaciones y consecuencias que tiene en sus vidas. La Calidad de Vida en el Trabajo tiene repercusiones significativas en la calidad de vida emocional, y en el equilibrio socio-emocional y afectivo que pueden lograr o no los seres humanos. Lo anterior es válido para cualquier tipo de relación laboral: un grupo de profesionales, una organización de

expertos consultores, una microorganización y también en las grandes organizaciones. Ciertamente la dinámica y las relaciones entre las personas serán diferentes en cada caso, dado que existe un nexo íntimo entre la estructura organizacional y los procesos psicosociales inherentes a la misma.

Es por esto que el estudio se enfoca en mejorar la calidad de vida de los trabajadores brindándole la oportunidad de laboral permanentemente en un ambiente de trabajo óptimo y acogedor.

- *Seguridad familiar.*

Hasta no hace mucho tiempo, conciliar vida laboral y familiar era uno de los objetivos que se marcaban tanto compañías como trabajadores. Los empresarios aceptaban flexibilizar horarios, incentivar el trabajo por objetivos, fomentar el teletrabajo e incluso aumentar los permisos de maternidad y paternidad. Sin embargo, según se acrecienta la crisis, estas medidas se van reduciendo y, en algunos casos, incluso tienden a desaparecer. -

Equidad de género

Es así que se espera mejorar en la familia la posibilidad de ingresar a un seguro de carácter privado.

- *Migración*

La cara amarga que antaño suponía la confrontación por el dominio del territorio hoy se ha transformado por la de las condiciones laborales en que ha de prestarse el trabajo de los inmigrados para el servicio del colectivo receptor. Hasta dónde y cuánto se admita la concurrencia de la migración ha pasado a constituir uno de los problemas sociales que cada día preocupa más a los países desarrollados; pero no es menos real que con mucha mayor

intensidad la posibilidad de conseguir esa emigración se ha convertido en el primer interés de muchos pueblos de los continentes menos favorecidos.

- *Afectaciones a la salud.*

Existe una percepción deficiente de los trabajadores de este sector que son considerados "sólo limpiadores". Sus cualificaciones y experiencia no son tenidas en cuenta y sufren "invisibilidad" laboral. Limpiar los lugares de trabajo por la noche es algo que se da por hecho. Los peligros y riesgos a los que se enfrentan estos trabajadores son, entre otros:

- contacto con sustancias peligrosas, incluidos los agentes biológicos que pueden causar asma, alergias e infecciones en la sangre
- ruido y vibración
- resbalones, tropiezos y caídas por superficies mojadas
- riesgo de descargas eléctricas durante el manejo de los equipos de trabajo
- riesgo de padecer trastornos musculoesqueléticos
- trabajo solitario, estrés relacionado con el trabajo, violencia y acoso moral
- horarios y pautas de trabajo irregulares

Prevenir los daños a los trabajadores del sector de la limpieza requiere la introducción de cambios, no sólo por parte de las empresas de limpieza sino por parte nuestra a la hora de valorar este sector y cómo se obtiene estos servicios.

c. IMPACTO ECONÓMICO

- *Oferta de empleo.*

La obtención de un Empleo parte desde la necesidad de realizar una actividad en particular, que es requerida por el Empleador y que tiene un Objetivo o Finalidad específica, siendo conocida esta búsqueda de personal apto para la tarea como Oferta de Trabajo, y por el cual se reciben a los distintos Postulantes o Aspirantes de acuerdo a un método de selección que puede o no ser fijado.

- *Demanda de mano de obra.*

Pueden mejorar y perfeccionar el empleo y diseño de los recursos materiales y técnicos, lo cual no sucede a la inversa. No pueden ser propiedad de la organización, a diferencia de los otros recursos. Los conocimientos, la experiencia, las habilidades, etc.; son parte del patrimonio personal.

Las actividades de las personas en las organizaciones son, como se apunto, voluntarias; pero, no por el hecho de existir un contrato de trabajo la organización va a contar con el mejor esfuerzo de sus miembros; por lo contrario, solamente contara con el si perciben que esa actitud va a ser provechosa en alguna forma. Los miembros de ellas prestan un servicio a cambio de una remuneración económica y afectiva.

El total de recursos humanos de un país o de una organización en un momento dado puede ser incrementado.

Los recursos humanos son variables de una persona a otra; no todo mundo posee las mismas habilidades, conocimientos, etc. Su importancia radica en que es el factor de

producción por excelencia, debido a que es el que desarrolla una serie de actividades y tareas, y ayudado por instrumentos, infraestructura, entre otros, produce bienes y servicios de una manera satisfactoria

- *Estabilidad económica*

Ausencia de grandes fluctuaciones en el nivel jerarquía de precios y consiguientemente en el valor del dinero. La estabilización del nivel general de precios o contención del grado de inflación constituye uno de los principales objetivos de los programas de política económica de los gobiernos. La inflación encarece las mercancías producidas en el interior del país y abarata las que vienen de fuera, con el consiguiente perjuicio para la producción y el empleo nacionales y el equilibrio de la balanza de pagos en virtud del principio nominalista consagrado por el derecho de obligaciones, puesto que la devolución de las deudas se efectúa en moneda depreciada, la inflación beneficia a los deudores y perjudica a los acreedores; la inflación desalienta el ahorro, tan necesario para financiar las inversiones que todo crecimiento o desarrollo económico requiere; la inflación perjudica a los perceptores de rentas fijas y redistribuye la renta en beneficio de aquellos grupos sociales con mayor capacidad de anticipación o de depresión.

- *Capacidad de compra*

El término mercado ha sido utilizado de forma imprecisa, es así como a menudo se escuchan expresiones como mercado de valores, supermercado, mercados de altos ingresos, mercado común europeo. El mercado es en realidad un grupo de personas u organizaciones que poseen la habilidad y la voluntad de comprar un producto o servicio para el consumo.

Para poder comprender la dimensión de esta definición se hace necesario analizar uno de los términos de la definición.

Personas: Son las, que con base en sus necesidades y deseos deciden adquirir un producto.

d. IMPACTO EDUCATIVO

- *Creación de nuevos valores.*

Los valores morales, sociales y la ética han acompañado al hombre desde su surgimiento hasta la actualidad, forman parte de nuestra vida cotidiana y profesional, del comportamiento social, de nuestra autorregulación como personas y como parte de la sociedad. Los valores son propiedades que han estado presente en el desarrollo de la civilización humana, ellos han evolucionado según la época y formación económico social y siempre han representado la idiosincrasia de una comunidad determinada, estando ligado siempre a los intereses y normas, ellos tienen gran importancia en el desarrollo de la personalidad del hombre nuevo, propio de los procesos revolucionarios.

El valor es un concepto de difícil definición por su carácter complejo y porque constituye objeto de estudio de diferentes ciencias, tales como la Filosofía, la Sociología, Psicología, y la Pedagogía. El concepto de valor ha sido comparado con un poliedro, que tiene múltiples caras, que pueden analizarse desde ángulos o visiones diferentes.

- *Autoestima.*

La autoestima es la valoración, generalmente positiva, de uno mismo. Para la psicología, se trata de la opinión emocional que los individuos tienen de sí mismos y que supera en sus causas la racionalización y la lógica. En otras palabras, la autoestima es un sentimiento valorativo del conjunto de rasgos corporales, mentales y espirituales que forman la personalidad. Dicho sentimiento puede cambiar con el tiempo, a partir de los cinco o seis años de edad, un niño comienza a formar el concepto sobre cómo es visto por el resto de la gente.

- *Nuevos aprendizajes.*

Una educación de buena calidad facilita la adquisición de conocimientos, aptitudes y actitudes que poseen un valor intrínseco y contribuye al desarrollo económico y social. Una sociedad más educada puede traducirse en índices de innovación más elevados, una mayor productividad global gracias a la capacidad de las empresas para introducir nuevos y mejores métodos de producción, y una aplicación más rápida de las nuevas tecnologías. Se considera que las diferencias en la calidad y cantidad de la educación explican el hecho de que los niños y las niñas que asisten a las escuelas públicas y residen en zonas rurales latinoamericanas presenten niveles más bajos de conocimientos y destrezas que los de las escuelas privadas y de zonas urbanas, es por ello que la empresa brinda la oportunidad de incrementar nuevos aprendizajes y capacitaciones apropiadas.

- *Aplicaciones prácticas*

En el marco de la excelencia humana, se desarrolla también la excelencia académica que quiere lograr un sentido de responsabilidad de el/la estudiante ignaciano/a frente a su

deber personal y social de prepararse en los distintos conocimientos teóricos y prácticos, y las experiencias de orden científico, cultural y técnico exigidas por la institución y las necesidades del mundo moderno.

Todo el proceso de aprendizaje cumplirá las diferentes etapas de forma permanente y técnica, de tal manera que permita un constante acompañamiento y retroalimentación.

- *Creación de carreras técnicas*

La CEPAL señala que el capital educativo mínimo, en términos de acceso al bienestar y al correspondiente ingreso laboral, demanda completar el ciclo secundario y cursar por lo menos 12 años de estudio. Cuando se ingresa al mercado laboral sin haber completado la secundaria, uno a tres años más de estudio no influyen mayormente en la remuneración percibida, y en la mayoría de los casos de poco sirven para salir de la pobreza; de éste particular se deriva la necesidad de fomentar el incremento de carreras técnicas o tecnologías en campos donde la destreza y habilidad sean fomentados e impartidos en forma especializada.

7.3.2. Matriz de barrido de impactos.

Cuadro N° 45

Matriz de barrido de impactos.

<div>ACCIONES</div> <div>COMPONENTES</div>	Mejora de imagen corporativa	Integración social	Gasto imagen corporativa	Circulación del dinero	Higiene y seguridad ambiental	Estándares de calidad	Contaminación	Aguas servidas	Substancias tóxicas	Matriz AOOR	Percepciones de clientes	Aceptación de clientes	Servicios complementarios	Capacitación de mano de obra	Primeros auxilios	Manejo de medios publicitarios	servicios	Publicidad y propaganda		SUMA POSITIVOS	SUMA NEGATIVOS	PROMEDIO POSITIVO	PROMEDIO NEGATIVO	RESULTADOS
1. Impacto Ambiental																								
1.1. Manejo de desechos.	4	0	5	-1	4	5	5	5	5	0	4	4	1	4	2	0	0	0		47	-1	4	-1	3
1.2. Aguas servidas.	3	0	4	-2	3	4	4	4	4	0	2	1	0	4	3	0	0	0		34	-2	3	-2	1
1.3. Gases tóxicos	4	0	4	-2	4	3	4	2	5	0	3	3	2	5	4	0	0	0		41	-2	3	-2	1
1.4. Manejo de productos químicos	4	0	2	-2	4	4	4	4	5	0	3	3	2	3	4	0	0	0		40	-2	3	-2	1
2. Impacto Social																								
2.1. Calidad de vida.	2	5	0	3	1	2	-3	-2	-2	0	3	4	1	5	4	0	0	0		30	-7	3	-2	1
2.2. Seguridad familiar.	2	5	-2	3	1	1	-3	-2	-2	0	3	3	0	3	3	0	0	0		24	-9	3	-2	0
2.3. Equidad de género.	4	5	-3	2	1	3	-3	-2	-2	0	3	3	0	3	3	0	0	0		27	-10	3	-3	1
2.4. Migración	3	5	-2	3	0	0	0	0	0	0	3	3	0	0	0	0	0	0		17	-2	3	-2	1

2.5. Afectaciones a la salud.	2	3	-2	0	5	0	4	4	4	0	0	0	0	5	5	0	0	0		32	-2	4	-2	2
3. Impacto económico																								
3.1. Oferta de empleo.	3	3	3	4	0	0	0	0	0	0	2	1	4	4	0	2	3	4		33	0	3	0	3
3.2. Demanda de mano de obra.	4	4	3	4	0	0	0	0	0	0	2	1	4	4	0	2	3	4		35	0	3	0	3
3.3. Estabilidad económica	4	3	3	5	0	0	0	0	0	0	2	2	4	0	0	1	3	4		31	0	3	0	3
3.4. Capacidad de compra	4	4	3	5	0	0	0	0	0	0	3	1	4	0	0	1	4	4		33	0	3	0	3
4. Impacto educativo																								
4.1. Creación de nuevos valores.	0	4	0	0	1	2	-1	-1	0	0	2	1	-1	3	0	0	0	0		13	-3	2	-1	1
4.2. Autoestima.	2	4	0	0	1	3	-1	-1	0	0	2	1	-1	4	4	0	0	0		21	-3	3	-1	2
4.3. Nuevos aprendizajes.	1	5	0	0	1	2	-1	-1	0	3	0	0	2	5	1	0	0	0		20	-2	3	-1	2
4.4. Aplicaciones prácticas.	0	5	0	0	1	2	-1	0	-1	2	0	0	2	5	0	0	0	0		17	-2	3	-1	2
4.5. Creación de carreras técnicas	0	5	0	0	1	0	-1	0	-1	2	0	0	3	4	0	0	0	0		15	-2	1	-1	0
SUMA POSITIVOS	46	60	27	29	28	31	21	19	23	7	37	31	29	61	33	6	13	16						
SUMA NEGATIVOS	0	0	-9	-7	0	0	-14	-9	-8	0	0	0	-2	0	0	0	0	0						
PROMEDIO POSITIVO	3	4	3	4	2	3	4	4	5	2	3	2	3	4	3	2	3	4						
PROMEDIO NEGATIVO	0	0	-2	-2	0	0	-2	-2	-2	0	0	0	-1	0	0	0	0	0						
RESULTADOS	3	4	1	2	2	3	2	2	3	2	3	2	2	4	3	2	3	4						

CONCLUSIONES

1. En el estudio de este proyecto, se pudo concluir que existe una gran demanda en los servicios especializados de aseo, limpieza en general y servicios de mantenimiento como jardinería, plomería, albañilería, reparaciones eléctricas, entre otras.
2. En nuestra ciudad, no se encuentra una empresa que brinde esta tipo de servicios, por lo que las empresas o los encargados de las mismas se ha acostumbrado a utilizar personas que se dediquen a estos trabajos, sean en mantenimiento o limpieza, sin contar con la debida seguridad y garantía del trabajo efectuado.
3. Del presente proyecto se dio una demanda considerable pero la inversión no se recupera en un tiempo razonable, porque los posibles clientes que requerirían de estos servicios ya cuentan con personas conocidas de estas ramas de trabajo, lo que convendría es ampliar el servicio a hogares.

RECOMENDACIONES

1. Continuar y perfeccionar el plan de comercialización para ingresar a la preferencia de los consumidores.
2. A largo plazo comprar los insumos de limpieza al por mayor con el fin de optimizar los costos de la empresa.
3. Capacitar y motivar a los empleados para que brinden un mejor servicio a los clientes; creando así un ambiente de seguridad.

BIBLIOGRAFÍA

- ABACO, (2009) Diccionario Contable.
- BACA, Urbina Gabriel, 2010, *Evaluación de Proyectos*, Sexta edición, Editorial MCGRAW-HILL INTERAMERICANA EDITORES, S. A. DE C. V., México, D. F.
- CASTRO, Jany. “*Investigación integral de mercados*”. Editorial Mc Graw – Hill. 2009
- ENCARTA, (2009) Enciclopedia; Microsoft.
- Galetto, De La Torre Alejandra (2010) *Fundamentos de Contabilidad*
- KOMIYA MORIMOTO ARTURO, 2011, Diccionario Económico
- MARTÍN-RETORTILLO BAQUER, S., *Sistema bancario y crediticio*, Derecho Administrativo económico, La Ley, 1991.
- MCGRAW-HILL, (2009). *Administración, liderazgo y colaboración en un mundo competitivo* INTERAMERICANA EDITORES, S.A. de C.F. México
- VARELA, Villegas, Rodrigo, Año 2010, *Evaluación económica de proyectos de inversión*, Séptima Edición, Editorial McGraw-Hill Interamericana, S.A., Bogotá-Colombia.

LINKOGRAFÍA

- www.eco-finanzas.com/diccionario/
- www.monografias.com
- www.definiciones.de
- www.definicion-de.es/proyecciones-financieras
- www.definicion.mx/flujoigramas/
- www.salud.gob.mx/unidades/cdi/documentos
- www.wikipedia.com
- www.definicionabc.com
- www.Programas De Limpieza Y Desinfección. Buenas Tareas.com
- www.ama.org

ANEXOS

ANEXO N° 01



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

INGENIERÍA CONTABILIDAD Y AUDITORIA

Encuesta aplicada: al personal administrativo y/o encargados de mantenimiento y limpieza de entidades públicas o privadas.

La presente encuesta tiene la finalidad de obtener información que permite determinar la factibilidad de creación de una empresa dedicada al mantenimiento y limpieza para las entidades públicas y/o privadas.

Por favor, marque con una (X) las respuestas que considere pertinente.

- 1. ¿Han existido ampliaciones o aperturas de nuevas sucursales de su empresa en el último año?**

Si ()

No ()

- 2. ¿Según la naturaleza de su empresa con qué frecuencia ha requerido del servicio de mantenimiento y limpieza de las instalaciones?**

Diario ()

Semanal ()

Quincenal ()

Mensual ()

3. ¿Cree usted que la imagen corporativa es importante dentro de su empresa?

Si ()

No ()

4. ¿Para mejorar la imagen corporativa de su empresa ha necesitado en algún momento los servicios de mantenimiento y/o limpieza?

Si ()

No ()

5. Por cuál de estos servicios para sus instalaciones su empresa canceló más dinero?

Mantenimiento (sea eléctrico, pintura, plomería, cambio de vidrios y/o ventanas, arreglo de muebles, remodelaciones, construcción - ()
demolición de muros, jardinería, fumigación y/o control de plagas)

Limpieza (tapetes y/o alfombras, aseo de pisos, vidrios, paredes, ()
muebles)

Otro ()

6. Al momento de contratar al personal o empresa que presten estos servicios usted tomo en cuenta:

Experiencia ()

Capacitación ()

Recomendaciones ()

7. ¿En su empresa de qué forma se han contratado los servicios de limpieza?

Personal fijo ()

Contratación de empresas ()

Trabajo por horas ()

Servicios ocasionales ()

8. ¿Está conforme con la calidad el servicio que recibió?

Si ()

No ()

9. ¿Tiene algún tipo de garantía el servicio que obtuvo?

Si ()

No ()

10. ¿Considera necesaria una adecuada capacitación acerca de los riesgos del trabajo de mantenimiento y limpieza?

Si ()

No ()

Gracias por su colaboración!

ANEXO N° 02



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS
INGENIERÍA CONTABILIDAD Y AUDITORIA

Encuesta aplicada: *Proveedores de material de mantenimiento y limpieza.*

La presente encuesta tiene la finalidad de obtener información que permite determinar la factibilidad de creación de una empresa dedicada al mantenimiento y limpieza para las entidades públicas y/o privadas.

Por favor, marque con una (X) las respuestas que considere pertinente.

1. ¿Hace cuánto tiempo comenzó a la actividad de su empresa o comercio?

Menor a un 1 año ()

De 1 a 3 años ()

De 3 a 5 años ()

Más de 5 años ()

2. ¿Con qué frecuencia usted se provee de estos insumos a sus clientes frecuentes?

Diario ()

Semanal ()

Quincenal ()

Mensual ()

3. ¿Dónde adquiere los insumos químicos de limpieza?

Proveedor ()

Usted los fabrica ()

4. ¿Dónde adquiere los insumos químicos de limpieza?

Crédito ()

Contado ()

Contado - crédito ()

5. ¿Al vender un producto químico de uso riesgoso se realiza charlas de capacitación al cliente para prevenir la contaminación??

Si ()

No ()

Si lo solicita el cliente. ()

6. ¿Qué tipo de insumos de limpieza vende usted?

Desinfectante, detergentes () Suavizante textil ()

Trapeadores, escobas, esponjas, paños () Desengrasante ()

Desengrasantes () Cera líquida o en pasta ()

Limpiantes () Removedor de cera ()

Laca para pisos y/o muebles () Alcohol gel y antiséptico ()

Lustra muebles () Cloro ()

Ambientales líquido o spray () Papel higiénico industrial, jumbo y doméstico ()

Jabón en barra o líquido () Toallas de manos en v y en z ()

Otros: (especifique) _____

7. ¿Qué tipo de insumos de mantenimiento vende usted?

Adhesivos y Trabas Químicas	()	Impermeabilizantes	()
Abrasivos	()	Línea para Agua Caliente	()
Abrazaderas	()	Línea para Presión	()
Bombas	()	Mallas metálicas	()
Cables eléctricos	()	Material de cerrajería	()
Canales y Bajantes	()	Material de soldadura	()
Carburos y gases	()	Membranas para Cubiertas	()
Carretillas, tanques calefactores	()	Pinturas y diluyentes en general	()
Clavos, tornillos, brocas	()	Pisos epóxicos - Poliuretanos -	()
		Cementicos	
Compresores	()	Producción del Concreto	()
Equipos para Pintar	()	Sellado y pegado	()
Fregaderos, sanitarios	()	Tanques de Polietileno	()
Generadores	()	Tubos plásticos o de metal	()
Herramientas Hidráulicas	()		
Otros: (especifique)	_____		

8. ¿Los productos que ustedes ofertan se enfocan al manejo de la contaminación, reciclaje, ahorro de agua?

Si ()

No ()

Gracias por su colaboración!

ANEXO N° 03



Encuesta dirigida a, propietarios, directivos o representantes de las instituciones públicas y/o privadas de la ciudad de Ibarra

DATOS INFORMATIVOS:

NOMBRE:.....

INSTITUCION:.....

CARGO:.....

1. ¿Cuánto tiempo de creación tiene su institución?
 - a. De 0 a 5 años ()
 - b. Entre 5 y 10 años. ()
 - c. Entre 10 y 15 años. ()
 - d. Entre 15 y 20 años. ()
 - e. 16 años o más. ()
2. ¿Tiene asignado un presupuesto para las labores de limpieza y mantenimiento de su empresa?

SI () NO ()
3. ¿Dentro de la institución existe alguna persona encargada de la limpieza de las instalaciones?

SI () NO ()
4. La persona encargada de la limpieza es contratada por la institución de manera permanente?

SI () NO ()

5. Las personas que realizan las labores de limpieza y mantenimiento cuentan con los materiales necesarios de forma:
- a. Totalmente suficiente ()
 - b. Medianamente suficiente ()
 - c. NSP ()
 - d. Medianamente insuficiente ()
 - e. Totalmente insuficiente ()
6. Quienes efectúan labores de limpieza y mantenimiento usan equipo de protección apropiado para el desarrollo de sus labores?
- a. Totalmente suficiente ()
 - b. Medianamente suficiente ()
 - c. NSP ()
 - d. Medianamente insuficiente ()
 - e. Totalmente suficiente ()
7. El personal de limpieza de su institución realiza labores en:
- a. Solo oficinas. ()
 - b. Oficinas y otras dependencias. ()
 - c. Oficinas, dependencias, jardines ()
 - d. Oficinas, dependencias, jardines, obra civil ()
8. ¿Cuántos espacios de su empresa necesitan permanentes servicios de limpieza? Por favor indique el número de espacios:
- a. Oficinas ()
 - b. Hall ()
 - c. Sala de reuniones ()
 - d. Cafetería ()
 - e. Baños ()
 - f. Jardines ()
 - g. Patios, parqueaderos, otros ()
9. Según su criterio los servicios prestados por el personal de limpieza y mantenimiento actual es:
- a. Excelente ()
 - b. Muy Bueno ()
 - c. Bueno ()
 - d. Regular ()
 - e. Malo ()

10. ¿Su institución ha buscado alguna empresa dedicada específicamente a servicios de limpieza o mantenimiento para mejorar su imagen corporativa?

SI ()

NO ()

11. Los valores promedio mensuales que cancela al personal que realiza labores de limpieza y mantenimiento oscilan entre:

- a. Entre 700 y 600 usd. ()
- b. Entre 500 y 599 usd ()
- c. Entre 400 y 499 usd ()
- d. Entre 300 y 399 usd ()
- e. 318 o menos ()

12. ¿Con que periodicidad se realizan labores de limpieza y mantenimiento?

- a. Diario ()
- b. Cada 2 o 3 días ()
- c. Semanal ()
- d. Quincenal ()
- e. Mensual ()

13. Según usted, la empresa en la que labora estaría dispuesta a contratar una empresa de limpieza y mantenimiento?

SI ()

NO ()

Gracias por su colaboración!